numéro 12 / mars-avril 2013 / gratuit

Madinmag

LE MAGAZINE 100% INFOS

STÉPHANE ABRAMOVICI
Arété sa !

FRANCK R. ZAMEO
Dans l'oeil des médias

JOMD 2013

LES OUTRE-MER SAVENT-ILS SE VENDRE ?

L'INFO EN CONTINU SUR MADINMAG.FR

nouveau forfait

Optimale PRO Intense[1]

Internet illimité jusqu'à 20 mégamax[2]
appels illimités vers fixes et mobiles locaux et de l'hexagone

Pour optimiser votre activité, nous vous proposons une offre tout compris pour être encore plus performant sur le meilleur réseau :

- accès Internet illimité jusqu'à 20 mégamax[2]
- appels illimités vers les fixes de tous les DOM et de l'hexagone, et vers plus de 50 destinations internationales[3]
- appels illimités vers les mobiles de votre département[3]
- abonnement téléphonique et services inclus[4]
- services Pro intégrés[5]
- la TV d'Orange par satellite sur demande[6]

être efficace change avec Orange

le business change avec orange™

renseignement 1016* et boutiques Orange – engagement de 12 mois – livebox en sus

*Appel gratuit depuis une ligne fixe Orange (1) Offre avec engagement de 12 mois, réservée aux professionnels, valable en Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin et Saint-Barthélemy et soumise aux conditions d'éligibilité et de compatibilité technique. Disponible uniquement sur ligne analogique isolée, valable à raison d'une souscription par ligne et incompatible avec certains services ou options tarifaires. Location de la livebox Pro en sus à 5€ HT/mois. Voir conditions complètes sur pro.orangecaraibe.com (2) Débit IP dédié internet jusqu'à 20 Mbits/s en débit descendant et jusqu'à 800 Kbits/s en débit remontant selon éligibilité de la ligne au moment de la souscription. (3) Appels voix illimités vers les fixes de tous les DOM (Guadeloupe, Martinique, Guyane, St-Martin, St-Barthélemy, Réunion, Mayotte, St-Pierre et Miquelon) et Métropole, vers les mobiles du département (Antilles ou Guyane françaises) et métropole, et vers les fixes de plus de 50 destinations internationales. Liste des destinations sur pro.orangecaraibe.com. (4) Présentation du nom, transfert d'appel et signal d'appel. (5) Portail pro, 20 BAL de 4Go, antivirus mail, IP fixe gratuite, Nom de domaine (FAS 15€HT puis inclus à vie), prestation d'installation pro gratuite. (6) Sous réserve d'éligibilité technique et du paiement d'un dépôt de garantie de 49€ pour le décodeur TV. La connexion TV avec satellite nécessite l'installation d'une antenne satellite à la charge du client. Détails et tarifs des antennes auprès des installateurs spécialisés. Chaînes TV disponibles sous réserve que les chaînes aient l'accord de diffusion du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). © France Télécom - 78 rue Olivier de Serres, 75505 Paris cedex 15 - SA au capital de 10 595 541 532 € - 380129866 RCS Paris

12 / édito

« Outre-mer : les murs tombent » titrions en couverture voici dix-huit mois, à l'occasion de la précédente édition de la Journée Outre-mer Développement. Nous avions couvert ce rendez-vous exclusif et désormais incontournable de nos activités économiques, industrielles et sociales, en partageant avec vous le bilan et les nombreuses questions soulevées durant cette journée unique en son genre. Souvenez-vous : « 2011, l'année des Outre-mer ! » ou « Que chaque année soit celle des Outre-mer », comme le souhaitait vivement Nathalie Fanfant, alors secrétaire nationale de l'UMP en charge de la lutte contre les discriminations.

Le temps passe, les gouvernements changent… et les Outre-mer sont toujours là ! Et tandis que nous commençons doucement à panser les plaies encore vives de la crise de février 2009, la crise mondiale nous tombe dessus, et c'est un nouveau défi qui se présente à une économie locale déjà fort fragile. Est-ce une raison pour renoncer ? Certainement pas ! Après tout, nous sommes plus stables et moins dépendants du sens du vent que les gouvernements successifs. Et s'il ne faut compter que sur nous-mêmes, alors soit : la JOMD 2013 s'annonce comme l'édition la plus fréquentée et la plus importante de sa jeune histoire. Nous avons rencontré, en guise de préambule, ses différents acteurs et partenaires, venus de tous les horizons, afin de recueillir leurs objectifs, leurs envies et leurs espoirs pour faire briller cette vitrine de ses plus beaux feux.

De Paris à Fort de France, de Marseille à Pointe à Pitre ou de Lille à Cayenne, les ponts se bâtissent, les liens se créent, les réseaux se développent et se renforcent. La crise ? Mais qu'elle vienne, nous l'attendons avec le sourire et l'optimisme indéfectible de ceux qui en ont vu d'autres. C'est le sujet de notre enquête exclusive de ce numéro consacrée à la santé des médias dans nos régions. Certes tout n'est pas forcément rose : frein à la consommation, bouleversement des habitudes et des stratégies de communication, évolution des mœurs parfois plus rapide qu'un clic de souris ou qu'une pression sur tablette… les médias doivent désormais s'adapter à une plus grande diversité d'offres et de contenus, que l'ouverture vers les autres pays ou continents a su apporter au sein des foyers d'outre-mer. Le temps des communications typiquement locales est sans doute révolu. Place au neuf ! N'est-ce pas là, finalement, l'objectif de notre magazine depuis sa création : promouvoir les nouveautés issues de nos territoires, en faire connaître les singularités, devenir une vitrine de leur innovations et de leurs métamorphoses ?

Edité par EPAG
Edition Presse Antilles Guyane
BP 2174 - 97 195 Jarry Cedex
• **Directeur de publication :**
Laurent Nesty
dir@caribmag.fr
• **Rédaction :**
redaction@caribmag.fr
Camille Dervaux
Joël Sandot
Jean-Luc Goubin
Daniel-Charles Nelson
Nathalie Pierre
Eva Zonca
Eric Pommier
• **Maquette :**
sikproduction972@gmail.com
• **Crédit photos :**
Jean-Albert Coopmann
Mathieu Delmer
CACL
• **Marketing :**
Amandine Sauvage
marketing@edition-epag.fr
0690 68 34 49
• **Impression :** Prim
• **Tirage moyen :** 25.000 ex
• **Diffusion :** 450 points de dépôts et par courrier
• **ISSN : 2118-299X**
Régies publicitaires
• **Martinique :**
CPAG - pub@caribmag.fr
- Guylène Régal : 0696 94 23 25
• **Guyane :**
Mathieu Delmer : 0694 26 55 61
iguanacom@wanadoo.fr
• **Guadeloupe :**
UP Régie
0590 94 41 49
contact@upconcept.fr

12/ sommaire

6-18
Brèves

20-31
Enquête :
Dans l'œil des médias

Avec Franck R. Zaemo
Axel de Pouzilhac
Francine Lemyre
Serge Battet
Jean-Claude Asselin de Beauville
Michel Deglise
Emmanuel Granier
Claude Bougrainville

32
Stéphane Abromovici
Arété Sa !

34
Marie Sainte-Rose
Une famille en or !

36
DOSSIER : JOMD 2013 Les Outre-mer savent-ils se vendre ?

Le mot du président, Cyril Comte

38
Marwane Bejgane
L'énergie des Outre-mer

40
Sophie Éfé-Minkoué
La Guyane à la JOMD

42
Florence Boutant
La JOMD recrute

44-46
Témoignages

48
Infos pratiques

50
Véolia Propreté Caraïbes
Tri à domicile

54
Gérard Alfred
Médiaserv Entreprises

56
Éric Renard
Fast and good !

58
François Brichant
La minute de la com'

60
Le dîner de Mirella

62
Les brèves de Bellemartinique

64
Les brèves de Coconews

66
Gisèle Calvilo
American Beauty

68
Stéphane Guyot Léro
JUMP !

70
Le Sylver
Bar Lounge

72
FNAIM
Actualités immobilières

74
Rubrique Auto
La nouvelle Auris

78
Mark Bruno
Actualités juridiques

82
La chronique de A.

FLASHEZ >
ET REJOIGNEZ-NOUS
WWW.CARIBMAG.FR
FACEBOOK : CARIBMAG
TWITTER : @CARIB_MAG

20 <

24 >

70 ^

56 >

35 ^

60 >

36 >

Lancement de l'opération « Entreprises Témoins » 2013

Afin de sensibiliser les entreprises martiniquaises à la réduction des déchets, la CACEM, l'Espace Sud et la CCNM, accompagnées par l'ADEME, organisent sur leurs territoires une « Opération Entreprises Témoins ». L'objectif est de démontrer par l'exemple, l'impact positif, à la fois économique et environnemental, des gestes et mesures de prévention des déchets, testés dans les entreprises témoins. Les organisateurs souhaitent rassembler 30 entreprises volontaires s'engageant à mener des actions de réduction de leurs déchets. Un appel à candidature est lancé jusqu'au 15 Mars 2013.

Règlement et documents relatifs à l'inscription sur www.martinique.ademe.fr

UN SITE INTERNET POUR TRAQUER LES DÉTRITUS

L'association Entreprises & Environnement, avec le concours des créateurs de Band Cochon, a décidé de lancer le site www.aretesa.fr. Le site internet Arété Sa est un site participatif qui permet de signaler les déchets abandonnés et de faire prendre conscience au plus grand nombre du manque de propreté dans certaines zones de la Martinique, notamment des zones touristiques.

Le site propose aux internautes de publier leurs photos de déchets en indiquant où et quand elles ont été prises. L'utilisateur peut ensuite revenir sur sa photo pour indiquer si le déchet a été nettoyé.

LA TECHNOPOLE MARTINIQUE LANCE UN DISPOSITIF D'AIDE POUR LES PROJETS INNOVANTS

La CACEM (Technopole Martinique) en partenariat avec OSEO a lancé le 04 février dernier un nouveau dispositif de soutien à l'innovation : l'Aide au Premier Projet Innovant (APPI). Cette opération vise les entreprises de moins de 50 personnes et a pour objectif de financer et de faciliter la maturation d'un premier projet d'innovation. Elle consiste à prendre en charge jusqu'à 80% des coûts externes d'un programme « d'études de faisabilité et de développement » avec un montant plafonné à 10 000 euros et ne pouvant pas dépasser 50% du montant total du programme.

Pour plus de renseignements : www.technopolemartinique.org

Signature d'une convention entre Science Po Aix et le Medef Martinique

Une convention de partenariat a été signée le 21 janvier dernier entre science Po Aix en Provence et le MEDEF Martinique pour la mise en place de formations en contrôle de gestion. Cette formation continue s'étendra sur 10 mois et sera validée par un diplôme national de Master. Les contrôleurs de gestion sont en effet des profils très demandés par les entreprises et encore insuffisants en Martinique. Il s'agit donc d'augmenter le nombre de martiniquais qualifiés dans ce domaine avec des compétences reconnues par les acteurs économiques. La formation devrait être effective en septembre prochain.

Le CMT va lancer une campagne de promotion à l'occasion de la Transat

La 2e transat Bretagne-Martinique, course transatlantique en solitaire monotype, partira de Brest le 17 mars prochain en direction de Fort de France. Ils seront une vingtaine de skippers à prendre le départ de cette course exigeante. Le Comité Martiniquais du Tourisme espère donc profiter de l'occasion pour attirer des visiteurs en lançant une campagne de promotion sur des séjours liés à la transat. À Brest, durant une semaine, un village sera dédié à la Martinique avec des offres de séjour, ce qui permettra de réduire les effets de la basse saison touristique. Au niveau national, plusieurs médias sont également associés à l'événement.

AIRFRANCE KLM

BLUEBIZ

Vos collaborateurs voyagent,
toute votre entreprise en profite.

BlueBiz est un programme gratuit qui répond aux besoins des TPE, professions libérales ou PME-PMI.
Faites décoller votre entreprise avec BlueBiz.

3 raisons de découvrir BlueBiz :

1. Votre entreprise cumule des **Blue Credits** à chaque vol
   1 aller, retour en Premium Economy vers Paris = 110 Blue Credits
   1 aller, retour en Business vers Paris = 320 Blue Credits (en classe J/C)

2. Transformez vos **Blue Credits** en billets primes
   pour vos collaborateurs et vous (1 Blue Credit = 1 euro)

3. L'adhésion est **gratuite**

De plus, pendant que votre entreprise gagne des Blue Credits, vos collaborateurs continuent de profiter des avantages du programme Flying Blue.
Adhérez via www.airfrance.mq ou dans votre agence de voyages.

DENIS GIROU NOMMÉ NOUVEAU DIRECTEUR DE LA DEAL

Après avoir passé sept ans à diriger le Parc national de la Guadeloupe, Denis Girou a pris ses fonctions de Directeur régional de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (Deal) le 04 février dernier. Il a été nommé par la ministre de l'Ecologie, du développement durable et de l'énergie, Delphine Batho. Il est ingénieur des ponts et des eaux et forêts, ingénieur agronome, et titulaire d'un DEA en Physique et Chimie de l'Environnement.
Denis Girou est aussi depuis 2011 le représentant de l'Agence des aires marines protégées pour les Antilles.

Uniformation ouvre une délégation régionale en Guyane

Uniformation, l'Opca de l'économie sociale, de l'habitat social et de la protection sociale a ouvert une délégation en Guyane au 1er janvier 2013. Il est, depuis 1972, le partenaire formation (OPCA) des associations, coopératives, et mutuelles. Il rassemble aujourd'hui plus de 49 000 entreprises adhérentes représentant près de 900 000 salariés pour une collecte de 308,4 millions d'euros. Ainsi, toute entreprise, quelle que soit sa taille, peut être conseillée par Uniformation pour la construction de son plan de formation et l'articulation des dispositifs de financement de la formation professionnelle.

Une année 2013 riche en perspective pour le CNES

Le CNES, l'agence Française de l'espace, tire un bilan positif de l'année 2012 avec 3 ensembles de lancement sur l'équateur, 10 lancements dont 5 réalisés en 4 mois. Aussi, il projette une année 2013 soutenue avec 10 à 11 lancements, les premières réflexions sur la base du futur pour accueillir Ariane 6 et un soutien sans faille au développement économique de la Guyane. Sur les près de 1 650 hommes et femmes qui travaillent sur la Base, les 3/4 environ sont en contrat local. Le CNES et la filière spatiale continuent à exercer un rôle moteur sur l'ensemble de l'économie Guyanaise, avec une contribution de 15 à 20 % du PIB régional et 9 000 emplois directs et indirects.

Un nouveau site web pour le parc amazonien de Guyane

Suite à une refonte de son site web, le Parc amazonien de Guyane présente son nouveau site internet en ligne depuis le 1er février 2013 : www.parc-amazonien-guyane.fr
Dédié aux territoires de l'intérieur, il apporte aux internautes une visibilité supplémentaire sur les missions et les actions du Parc amazonien de Guyane et permet de valoriser les communes, les patrimoines naturels et culturels du sud de la Guyane. Le Parc amazonien de Guyane a ainsi développé un site ergonomique offrant un accès rapide et facile à l'information.

LA RÉGION GUYANE SOUTIENT LE SECTEUR CINÉMATOGRAPHIQUE ET AUDIOVISUEL

La Région Guyane poursuit et renforce ses actions en faveur du secteur cinématographique et audiovisuel dans le cadre d'une convention de développement triennale (2010 à 2013) aux côtés du CNC et de l'État. Elle s'est dotée d'un Fonds Régional d'aide à la création afin d'accompagner les cinéastes dans leurs différentes étapes de création, de stimuler la production locale et de favoriser l'utilisation des ressources du territoire. Les projets retenus doivent avoir des retombées économiques et valoriser la diversité historique, géographique, sociale et culturelle du territoire. Ce fonds s'adresse aux auteurs, réalisateurs, producteurs et société de production. Pour plus de renseignements : www.cr-guyane.fr

AVS Voyages

MIAMI

VOLS DIRECTS

Places limitées

à partir de **695€** TTC*

4 Départs : 17 et 28 juillet,
05 et 12 août 2013

Vol TTC + 7 Nuits

à partir de **875€**

avsvoyages.fr 0596 72 81 82

IM972020002 © SIRET : 414 700 697 00011 * Places limitées, tarif à partir de, selon disponibilités en base chambre quadruple

Un studio d'enregistrement ouvrira à Baie-Mahault en août

En projet depuis près de trois ans, la création d'un studio d'enregistrement à Baie-Mahault a été définitivement approuvée par le conseil municipal. Une décision motivée par « la volonté d'encourager la pratique musicale et lutter contre l'exclusion », a expliqué le député-maire Ary Chalus. Le studio, d'un coût total de 634 891 euros, sera un bâtiment de 125 mètres carrés. Il répondra aux exigences les plus pointues en matière de traitement acoustique. Les travaux doivent débuter en janvier et durer huit mois en vue d'une inauguration en août.

BURO Club
Espaces entreprises
CENTRES DE DOMICILIATION AGRÉÉS
Des solutions immédiates,
sur mesure et pour toutes durées...
Domiciliation d'entreprises
Location de bureaux équipés
Salle de réunion
Permanence téléphonique
Services de secrétariat
Tél. : 0596 42 57 57
www.buro.com
3 centres d'affaires
aux Antilles et en Guyane
Pour installer votre entreprise, organiser vos réunions ou rendez-vous, BURO Club Antilles-Guyane vous propose des espaces professionnels adaptés à vos besoins.
Martinique
Immeuble Avantage - Entrée B
11, rue des Arts et Métiers - Lot. Dillon Stade
97200 Fort-de-France
Guadeloupe
Tél. : 0590 41 41 42
Guyane
Tél. : 0594 27 40 40
NOUVEAU centre d'affaires GUYANE
30 centres d'affaires partout en France
SYNAPHE

Cuisinez-vous : Création d'un programme de lutte contre le surpoids sur Guadeloupe 1ère

Depuis janvier dernier, Guadeloupe 1ère a mis en place une émission qui s'attaque à un grave problème de santé publique qui frappe particulièrement la population guadeloupéenne : le surpoids. Ce programme a un rôle pédagogique sur l'hygiène alimentaire, les habitudes au quotidien, la sédentarité, le diabète et les maladies cardio-vasculaires.

L'émission s'articule autour de deux volets : le volet « cuisine » et le volet « sport ». Alors que le cuisinier s'affaire, le coach sportif fait une démonstration des meilleurs exercices. « Cuisinez-vous » est composée de 24 épisodes de 26 minutes et s'étalera entre janvier et juin.

MARCELLE PIERROT EST NOMMÉE PRÉFÈTE DE GUADELOUPE

Le 23 janvier dernier, Marcelle Pierrot a été nommée au conseil des ministres préfète de Guadeloupe et représentante de l'État dans les collectivités de Saint-Barthélemy et de Saint-Martin.

C'est la première fois qu'une femme est nommée à ce poste. De même que c'est la première fois aussi qu'il est occupé par un haut-fonctionnaire originaire de Guadeloupe. Marcelle Pierrot a été précédemment préfète du Lot en 2007, puis du Tarn en 2009 et des Vosges en 2011. Elle est également officier de la Légion d'honneur et de l'Ordre National du Mérite.

2013
commence bien pour les artisans du BTP de la Martinique !

Bénéficiez d'une formation GRATUITE sur la construction parasismique

Dans le cadre du Plan Séisme Antilles, la DEAL Martinique organise une formation en construction parasismique prise en charge à 100%, sans aucun frais à avancer.
Lancée en 2009, cette initiative de la DIREN, puis de la DEAL, a pour but de former nos artisans du BTP aux bonnes pratiques afin que nos nouvelles constructions ne se transforment pas en tombeaux en cas de séisme majeur. Entre 2009 et 2012, la DEAL Martinique et ANCO ont formé plus d'une centaine de professionnels du secteur. Les formateurs sont des ingénieurs du Bureau de Contrôle ANCO, société spécialiste des normes de construction, en particulier pour la construction parasismique.

Et si vous, artisan, commenciez l'année avec une formation de qualité?
Devenez plus pointu dans votre métier, et faites valoir vos compétences face à vos clients.

Chaque session de formation se compose de 12 matinées traitant des thèmes suivants :
- Phénomènes d'origine sismique et comportement des bâtiments pendant un séisme
- Construction parasismique des bâtiments en béton armé, en maçonnerie chaînée, en bois, à structure métallique
- Traitements de sols et fondations en zone sismique
- Bonnes pratiques lors des interventions sur les bâtiments existants
- Responsabilités de l'entrepreneur en bâtiment en zone sismique
- Exemple d'application sur chantier et visite optionnelle d'une usine de fabrication de matériaux de construction.

Cette formation gratuite s'adresse aux artisans et professionnels du secteur du BTP, chefs de chantier, conducteurs de travaux ayant au minimum un niveau de CAP bâtiment et une expérience professionnelle.
Les participants à la formation doivent être des professionnels régulièrement inscrits sur les registres du Centre de Formalités auxquels ils sont rattachés. La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Martinique étant partenaire de l'opération, sera garante du respect de cette condition, qui vient à l'appui des mesures de lutte contre le travail illégal.

Lieux et Calendrier
Quatre sessions organisées sur l'année et réparties sur trois sites :
• à Fort-de-France le mercredi depuis le 6 février
• à Rivière Salée le jeudi à partir du 7 mars
• au Robert le mardi à partir du 19 mars
• à Fort-de-France le vendredi et le samedi à partir du 19 avril

Fiche d'inscription et programme téléchargeables sur www.anco.pro/deal

INSCRIVEZ-VOUS VITE EN APPELANT AU 0596 611 887 !

ANCO Martinique
53 Immeuble Panorama,
bvd de la Marne,
97200 FdeF
contact@anco972.fr
Tél :
0596 611 887 et
0696 45 87 64
Fax :
0596 616 220
ANCO est un Bureau de Contrôle Technique sous agrément de l'Etat.

Et aussi :
Chambre de Métiers et de l'Artisanat
2 Rue du Temple
Morne Tartenson
BP 1194 – 97249
Fort-de-France
cmm972.forma@wanadoo.fr
Tél :
0596 71 32 22
Fax :
0596 70 47 30

DEAL Martinique
anco martinique Antilles Contrôles
Contrôle Technique
Diagnostic accessibilité
Diagnostic sismique
Formations Bâtiment

La semaine de l'industrie en Martinique

Du 18 au 24 mars 2013. Cet événement a vocation à faire découvrir la filière industrielle en France, et plus particulièrement en Martinique.
Au programme : des portes ouvertes d'établissements scolaires, des visites d'entreprises et des ateliers débats.
En savoir plus sur www.redressement-productif.gouv.fr/semaine-industrie

Le Fonds de Coopération Régionale

Le préfet lance un appel à projets pour soutenir la coopération régionale prioritairement dans les secteurs de l'économie, l'innovation et la recherche. Les projets seront montés avec un partenaire caribéen. Dépôt des dossiers au plus tard le 29 mars 2013.

APPEL À PROJETS MILDT ET FIDP

Dans le cadre de ses différentes politiques menées au titre de la prévention de la délinquance, de l'aide aux victimes et de la lutte contre les drogues et les toxicomanies, le préfet lance un appel à projet pour soutenir les porteurs de projets, publics ou privés, souhaitant mener des actions au plus près des populations dans ces domaines.
Ce soutien peut intervenir au titre du Fonds interministériel de prévention de la délinquance (FIPD) ou au titre de la Mission interministérielle pour la Lutte contre les drogues et les toxicomanies (MILDT).
Les dossiers sont à remettre avant le 1er juin 2013 pour les dossiers FIPD dossiers vidéoprotection et avant le 1er mars pour les autres dossiers FIPD et les dossiers MILDT.

Journée Mondiale de l'eau

Le 22 mars 2013. Instituée lors de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (CNUED) de 1992, cette journée a pour ambition de sensibiliser le public par des publications, des diffusions de documentaires, l'organisation de conférences, et d'expositions liés à la conservation et au développement des ressources en eau.

CONSULTATION DU PUBLIC SUR LA GESTION DE L'EAU EN MARTINIQUE

Du 5 novembre 2012 au 4 mai 2013.
Cette consultation constitue une étape clé de l'élaboration du futur SDAGE (Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux).
Les enjeux liés au bon état des eaux et des milieux aquatiques, les enjeux écologiques, économiques, de santé publique, de bonne gouvernance, intéressent les Martiniquais, ils doivent aussi être acteurs de ces enjeux.

Réunions publiques :
- Mercredi 3 avril au Lorrain
- Jeudi 4 avril au Prêcheur
- Vendredi 5 avril à Schœlcher

La semaine du développement durable

Du 1er au 21 avril 2013, sur le thème de la transition énergétique.
Collectivités, associations, entreprises, administrations, établissements scolaires… c'est l'occasion idéale de présenter vos actions ou manifestations en faveur de cette thématique.
L'appel à projets a été lancé fin 2012, nous vous conseillons de vous inscrire dès que possible afin de bénéficier d'un maximum de visibilité dans notre programme des manifestations en ligne.
La clôture des inscriptions s'effectuera vendredi 15 mars 2013 à 18h.

Toutes les infos et appels à projets sur www.martinique.pref.gouv.fr

CIMENT PÉYI

Les ciments Le Classic, Durabat et Cimabat sont produits en Martinique, dans notre Usine de Fort-de-France.

Le ciment Péyi est le produit de qualité idéal pour tous projets de construction dans l'île, même les plus complexes.

PIL
1ère Marque de Martinique

LAFARGE
les matériaux au cœur de la vie

- Crédit photos : Thinkstock - Denis Guyenon - Lafarge Ciments Antilles.

La création d'entreprise, une aventure formidable !

Tu es élève dans un collège ou un lycée de Martinique. Tu commences tout juste à réfléchir au métier que tu exerceras dans quelques années et tu te demandes si celui-ci te permettra de t'épanouir et de vivre heureux.

En Martinique, certains ont trouvé leur voie : se sont les 34 000 hommes et femmes qui ont choisi d'être leur propre « boss », leur propre patron, et donc d'exercer la profession de chef d'entreprise.

Cette bande dessinée raconte une histoire qui ressemble beaucoup à celle qui fut la leur.

En effet, chacun ou chacune d'entre eux s'est posé les mêmes questions que Lucy et Valentin, a franchi les mêmes étapes et a éprouvé la même joie quand il a reçu son tout premier chèque : son entreprise était née et c'était maintenant à lui ou elle de la faire vivre, grandir et se développer, souvent en constituant une équipe qui représenterait bientôt une seconde famille laquelle passer parfois plus de temps qu'avec la première !

Tu as peut-être toi aussi vocation à rejoindre dans quelques années nos 34 000 chefs d'entreprises de Martinique et à devenir le héros de l'aventure formidable que constitue toujours une création d'entreprise.

En suivant Lucy et Valentin, tu auras sans toi aussi envie de faire partie un jour de ceux et celles qui constituent la véritable et authentique richesse de notre pays, les 34 000 hommes et femmes chefs d'entreprises de la Martinique.

LIBRE-ECO
Contact-Entreprises

La Journée de la Réussite
Mercredi 13 mars

à 15 heures 30 sur le campus universitaire (amphi Michel Louis)

Parce que réaliser son rêve est aussi une affaire de courage, de choix, de défis à relever, des personnalités diverses ont accepté de venir parler de leur parcours : L'homme Paille, chanteur de dancehall qu'on ne présente plus; Marcel Ravin, le célèbre cuisinier étoilé du Blue Bay de Monaco ; Joel O'Cangha, le chanteur à la voix d'or des comédies musicales Roi Lion ; Thierry Lauzea, fondateur des Chocolateries LAUZEA ; et des interviews enregistrées de Simon Jena-Joseph, pilote de rallyes automobiles ; Béatrice Octavie, Assistante de Kofi Anan ; Karim Sahai, photographe international, superviseur des effets spéciaux du Seigneur des Anneaux ou du Tintin de Spielberg… et d'autres encore.

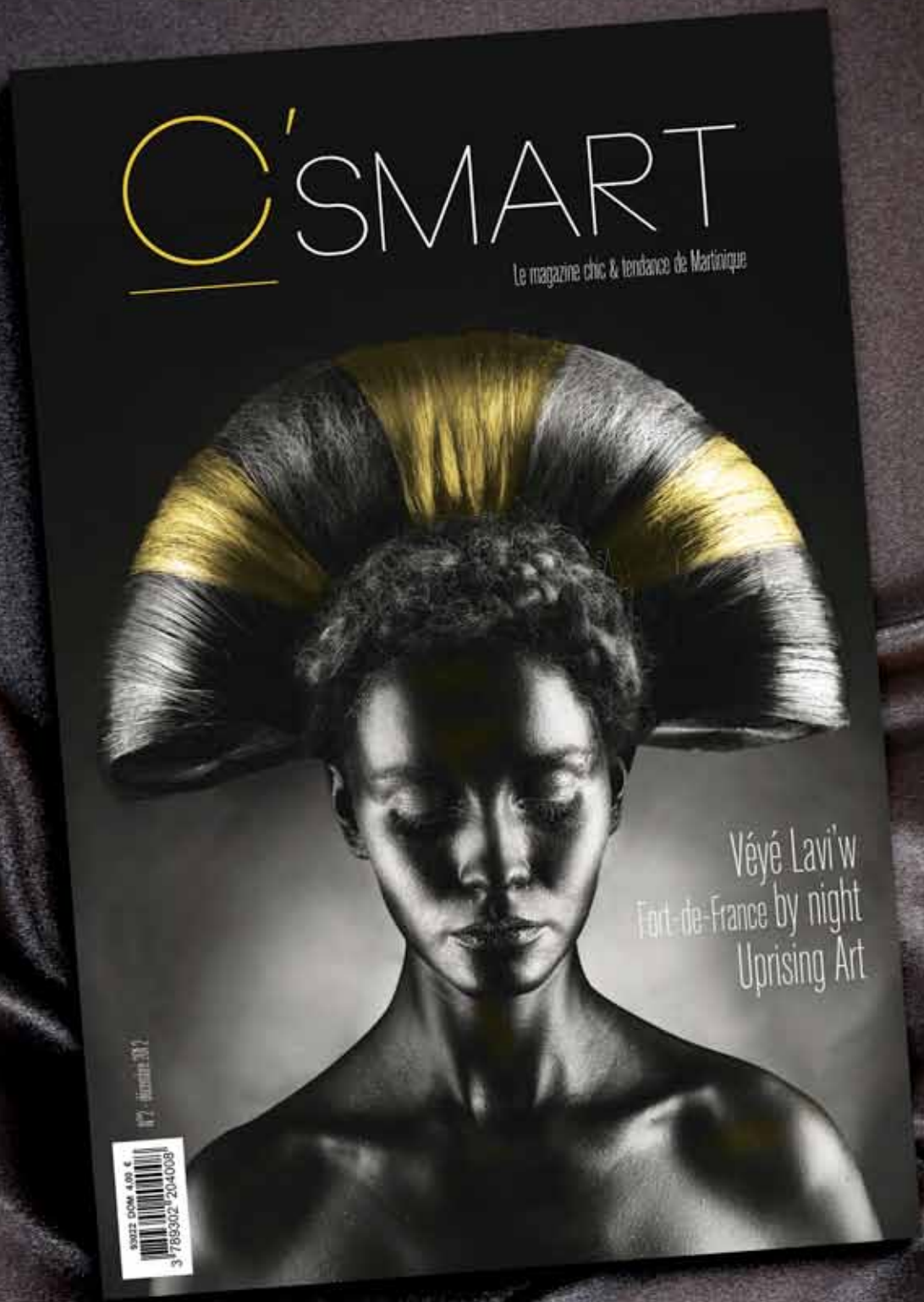
Née d'une collaboration entre les étudiants de l'Ecole de Gestion et de Commerce et Contact-Entreprises, cette opération s'adresse aux étudiants, aux lycéens mais aussi aux parents et responsables du monde économique… à tous ceux qui croient en leur rêve.

Contact-Entreprises

http://www.contact-entreprises.com/
https://www.facebook.com/contactentreprises
https://twitter.com/ContactEnt972
Tél : 0596 72 18 76 - 0696 71 08 98
Fax : 0596 72 12 32
Tél EGC : 0596 64 58 63

C'

le magazine chic & tendance



EN VENTE DANS TOUS LES POINTS PRESSE

Site : www.c-smart.fr - Facebook : c'smart

OMN FAISAIT SA RENTRÉE AVEC 2 EVENTS

17 Janvier

partenaire du Morning buzz#1 organisé par LERECA, avec Caroline Legros, chargée d'affaires de Financités. Petit déjeuner, porteurs de projets/investisseurs (tickets de 25k€à 125k€.

31 Janvier

Networking en partenariat avec La nouvelle PME et KU, avec la participation de Thierry Petit (Showroomprive.com) et Maurad Benamar (Eat Sushi). 76 entrepreneurs/23 Business angels, Fonds d'investissement (tickets disponibles : 30k€à 300k€.

1er Février

OMN était présent aux côtés de Ghislaine Hierso, Directrice des relations institutionnelles de Véolia qui recevait la légion d'honneur des mains de Nicole Bricq, ministre du commerce extérieur.

6 Février

Co-organisateur du Networking géant en partenariat avec Novencia et les Echos avec Diversitelles, La nouvelle PME, Génération MEDEF, Réseau entreprendre et plus de 20 réseaux d'entrepreneurs franciliens (plus de 800 entrepreneurs inscrits) sur le Salon des Entrepreneurs 2013 au Palais des Congrès.

Janvier-Février

OMN débarque à New York avec la représentante du réseau OMN ; Alizé Utteryn éditrice du webmag atypique www.alizelavie.com

RESTONS CONNECTÉS !

Suivez nous sur
www.outremernetwork.org
ou sur Twitter : @outremernetwork
Facebook : http://www.facebook.com/www.outremernetwork.org
ou sur nos émissions
tous les Mercredis soir
sur Tropiques FM 92,6 :
« Laisse parler les entrepreneurs »
et « Nos Outre-Mer ont des talents »
avec nos offres d'emploi à l'antenne
dans le « 10mn pour un job » !

À VENIR EN MARS

Partenaire du DEFICAMP#2
à Paris organisé par Diversitelles
et Natural Hair Academy#2

Participez

à la 4ème Journée Outre-Mer Développement

le 13 avril au Pavillon Gabriel à Paris.

COMPRENDRE

RÉSEAUTER

RECRUTER

2013 JOMD

Sous le Haut Patronage de
Monsieur François HOLLANDE
Président de la République

Avec le soutien de

AFD AGENCE FRANÇAISE DU DÉVELOPPEMENT

Inscription (gratuite pour les étudiants)
et renseignements : www.jomd.fr

www.franceantilles.fr Le site d'information des Antilles - Guyane

orange

radio caraïbes international

1ère

Ô

metro

Les Echos

Madinmag

Témoignage de Béatrice Duchet

Bonjour Béatrice, présentez-vous en quelques mots à nos lecteurs…

Je suis avant tout une femme active, pleine d'énergie, en activité depuis maintenant plus de 20 ans dans des domaines très variés.
J'ai débuté ma carrière professionnelle dans le domaine social mais très rapidement, je me suis réorientée dans la finance bancaire pour ensuite me spécialiser dans le financement des collectivités publiques. Formée à l'Institut de Banque (ITB) puis à l'ESSEC, j'ai pu développer des connaissances dans la finance, la gestion de projet et le management.
Après avoir consacré ces 10 années à accompagner les établissements publics de Martinique dans leurs projets d'investissement au sein de l'Agence Française de Développement (AFD), j'ai eu l'opportunité d'intégrer la Communauté d'Agglomération du Centre de la Martinique (CACEM), où j'occupe, depuis septembre 2012, la fonction de Directrice Générale Adjointe Développement et Planification.

Pourquoi avez-vous choisi de suivre le cycle en Management de l'ESSEC ?

Tout au long de mon parcours professionnel, j'ai eu à cœur de renforcer mes compétences par de la formation, devant m'adapter aux différents enjeux et missions confiées et aux nouveaux défis à relever.
J'ai eu la chance de rencontrer des gens qui m'ont fait confiance, et qui m'ont soutenue dans mes choix de mobilité professionnelle. Ceci implique cependant que l'on accepte de s'adapter en permanence, et donc de renforcer ses compétences dans les nouveaux domaines et champs d'intervention.
Mon choix de suivre le cycle en Management de l'ESSEC a été guidé par un double objectif : approfondir mes connaissances et me doter d'outils et de techniques de management pouvant favoriser l'efficience au travail, mais aussi de mieux appréhender l'enjeu d'humanisation de l'entreprise.
En effet, dans le contexte de crise actuelle, il nous faut faire preuve d'imagination, de créativité, de motivation

pour mener les projets et se dépasser. Il faut à la fois continuer à améliorer l'existant et déjà inventer ce qui n'existe pas encore.
L'entreprise est de toute façon confrontée au changement permanent, toujours dans une perspective de progrès. Cela ne peut se faire que grâce à l'implication des hommes et des femmes qui la composent.
Je reste convaincue que dans ce monde troublé, il est indispensable de remettre l'homme au cœur de nos préoccupations. C'est l'orientation que propose l'ESSEC, et son partenaire local MC2, et que je partage.

Que vous a apporté cette formation ?

D'abord, une grande humilité et une meilleure connaissance de soi-même. La découverte de mes registres personnels pour mieux connaître et accepter les autres.
Cette formation m'a initiée à plus d'empathie, à la recherche du meilleur compromis, à donner des signes de reconnaissance positifs, à développer une communication assertive, à ouvrir le champ du possible et à renforcer ma confiance en moi. Je n'ai plus peur du changement, au contraire il faut le désirer, le choisir.

Peut–on vraiment mettre en pratique les outils ESSEC et comment ?

Contrairement aux autres écoles, cette formation n'apporte pas de méthodes « clés en mains » mais donne des clés de lecture et de compréhension des enjeux pour mieux répondre aux attentes et apporter des réponses pertinentes.
Au début de la formation, on est en attente d'un « mode d'emploi » mais très rapidement on comprend que l'objectif est de favoriser le questionnement, la remise en cause individuelle, l'appropriation des concepts à expérimenter. Bien sûr, des outils sont proposés en termes de méthodologie, visant à développer notre capacité à explorer, analyser, comprendre les situations et à rechercher et à produire des propositions et des solutions innovantes.
Mais la valeur ajoutée de cette formation consiste à approfondir la connaissance et le développement de soi-même (se changer soi-même est probablement la façon la plus performante de changer le système) et apprendre à accepter l'autre dans sa globalité, aller vers plus d'altérité.
Comme le dit si bien l'auteur John Naisbitt « Les meilleurs seront ceux qui chercheront dans l'entreprise, non pas la finalité de leur existence, mais le lieu où ils pourront développer au mieux leur propre potentiel ».

Recommanderiez-vous ce cursus ? Quels conseils donneriez-vous aux éventuels indécis ?

Se jeter à l'eau ! C'est une bonne formation et une belle expérience. Non seulement on se trouve conforté dans ses compétences et pratiques professionnelles, mais ce cursus permet aussi de s'enrichir des expériences des enseignants et des autres apprenants.
C'est aussi une bonne occasion de vivre une belle aventure humaine. On en sort transformé.

ESSEC BUSINESS SCHOOL

SÉLECTIONS CYCLE EN MANAGEMENT
LES 12 ET 13 MARS SUR RDV
TEL : 0696954873 / 0696905000
MAILS : calmels@essec.fr
vourchmc2@orange.fr
www.mc2martinique.com

Franck R. Zameo

La crise, c'est maintenant !

Ce titre en forme d'accroche de campagne de communication est tiré de l'enquête sur les perspectives du magazine professionnel Stratégies. Nous sommes aux Antilles Guyane, et bien forcés de reconnaître que si nous pensions être en plein dans la crise, elle nous réservait encore des surprises !

En effet, les baisses conjuguées des médias et des prévisions des agences augurent de la baisse des investissements publicitaires des annonceurs de nos régions : 2013 sera l'année « horribilis », à en croire tous les acteurs côtoyés par l'AACC.

PAR FRANCK R. ZAMEO, VICE-PRÉSIDENT DES AAAC OUTREMER

En 2012, nous avons, avec le partenariat efficace de MEDIA CONSEIL, mis en place le baromètre de la pub. Ainsi nous pouvons jauger douze mois, soit quatre trimestres, d'investissements média. C'est l'indicateur majeur et essentiel de notre profession. Bien entendu, les actions de communication « hors médias » ne sont pas comptabilisées, tel le sponsoring… Mais l'indicateur est pertinent, et il est à la baisse !

Si les données nationales sont à la baisse depuis deux années (-2% en 2012) ; 2013, le sera également (-2% en 2013 selon les experts). Les territoires de la Guadeloupe et de la Martinique connaissent une baisse du volume des investissements média (Martinique -6%, Guadeloupe -3%, de janvier à décembre 2012). Difficile, avec seulement une année de données, de prévoir 2013. Mais là encore, les agences membres de l'AACC indiquent un net ralentissement des budgets gérés. Certains secteurs d'activités voient les annonceurs couper dans les budgets communication (-20% pour certains acteurs de la distribution automobile). Pourtant, la consommation des ménages résiste et à même tendance à croitre (+4,5% au troisième trimestre 2012).

SI NOUS PENSIONS ÊTRE EN PLEIN DANS LA CRISE, ELLE NOUS RÉSERVAIT ENCORE DES SURPRISES !

Finalement, c'est le climat des affaires qui pose problème. Le moral des chefs d'entreprises et des décideurs privés est en berne. Nous sommes dans une période où toute décision est prise à l'aune du portefeuille. L'avenir est souvent mis entre parenthèses et, dès lors, la communication n'est pas une priorité.

« Nous mettrons des années à retrouver un niveau d'activité fort » me disait un chef d'entreprise industrielle, car la destruction des capacités de production est certaine. Plus qu'une crise d'activité aurions-nous affaire à une crise des affectes ?
La commande publique pourrait être un palliatif : c'est bien ce que nous lui demandons par ailleurs, mais les conditions des appels d'offre sont trop souvent hors normes. L'AACC propose depuis 2012 la mise en œuvre d'un véritable « Grenelle des compétitions ». Dans nos territoires, c'est surtout sur les conditions des appels d'offre qu'il faut œuvrer. Il y a trop de candidats appelés à faire des dossiers avec créations et devis détaillés. En conséquence, pas de rémunération des efforts des agences sélectionnées, donc les agences refusent de participer à des compétitions avec une chance de perdre égale à 99%. Le guide des expériences réussies répond à cette problématique sur le site de l'AACC (www.aacc.fr). Ce sera l'une de mes tâches principales en 2013, en ma qualité de vice-président de l'AACC Outre-Mer.

Les médias sont quant à eux dans l'expectative pour 2013. Le différentiel entre tarif brut et net est parfois incroyable. On s'interroge sur le respect de la Loi Sapin… Et au-delà de cette conjoncture dépressive, la multiplication de l'offre, tant dans les médias traditionnels que sur le web, augure de changement importants : « Si nous pensons être loin du phénomène du deuxième écran, celui qui est connecté, nous faisons une erreur », dixit un responsable de programme TV.
La crise n'est pas seulement d'affectes ou conjoncturelle, elles est structurelle, au sens où les comportements des consommateurs, grâce l'accès à l'information des marques et produits, changent à grande vitesse.
Les annonceurs sont certes frileux face à la conjoncture, mais les agences conseil en communication doivent leur apporter des réponses en terme de planning stratégique. C'est le moment d'en profiter : chefs d'entreprises, mettez vos stratégies sur la table et discutez, créez, bousculez !

Et enfin, se pose la question du point de vue des citoyens. Dans une étude orchestrée par l'IREP et réalisée par IPSOS, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) apporte une information essentielle : pour les consommateurs français, LA publicité n'existe pas, seules existent LES publicités. Il est donc illusoire de vouloir mesurer l'appréciation générale de la publicité. Nous reconnaissons la publicité dans son utilité d'information des opportunités commerciales. La publicité est notamment aimée quand elle a un rôle civique, une dimension citoyenne, la volonté de faire changer les comportements à risques, qu'elle fait preuve de responsabilité morale.
Finalement la crise pourrait avoir du bon… quand nous en sortirons !

Axel de Pouzilhac

Dans l'œil des médias

Après quinze ans au sein de la régie de RCI Guadeloupe, Axel de Pouzilhac a eu l'idée de lancer une activité inexistante dans le paysage de la communication sur le secteur des Antilles-Guyane. En septembre 2010, il créé MEDIA CONSEIL Antilles qui propose aux entreprises communicantes ses services de veille des créations et des investissements publicitaires, veille de l'information et veille des sponsorings.

En quoi consiste une activité d'observatoire des médias ?

Média Conseil Antilles est une société d'intelligence médias présente aux Antilles Guyane et depuis novembre 2012 à la Réunion. Elle analyse aujourd'hui, sur ces régions, plus de 250 supports papiers et quotidiennement, 10 presses, 40 radios, 8 TV, 100 sites internet, 16 réseaux d'affichage et 20 salles de cinéma, traitant ainsi plus de 10 000 informations/jour. Les services proposés par Média Conseil à travers un site internet sont : la veille publicitaire (reconstitution des campagnes publicitaires quanti/quali, contrôles des budgets par marché secteur ou marque, alerte mail nouvelle création) ; le traitement et l'analyse des contenus médiatiques (veille et pige de crise, veille et pige des thématiques sectorielles, politiques, analyse des temps de parole, alerte mail contenu…) Nous délivrons les informations en moins de 24h et pouvons, pour des veilles de crise, réduire ces délais à quelques heures après leur diffusion, et cela quelque soit le média. Dans le cadre de l'observatoire de la publicité, notre objectif est de publier trimestriellement les grandes masses d'investissement publicitaire par famille média et par secteurs.

Que représente la publicité aux Antilles en chiffre d'affaires ? Est ce une activité rentable ?

Le marche de la publicité Antilles Guyane en 2012 est en hausse de 9% (en France hexagonale de +5% données strategy analytics). C'est un peu plus de 80 millions d'euros réalisés par 7 000 marques (+38%) nous exposant à plus de 40 000 messages différents, diffusés plus de 2 500 000 fois ! « Rentable » nous ne pouvons le savoir, mais nos constats prouvent que chaque famille média possède son leader et que la guerre pour conquérir des parts de marché est permanente, la presse restant la plus dynamique, puisqu'il est plus simple aujourd'hui de lancer un titre presse que d'installer une TV ou une radio.

Quels sont les médias privilégiés aujourd'hui, depuis l'avènement des smartphones et d'Internet ?

Les familles médias traditionnelles restent incontournables et représentent toujours plus de 98% du marché publicitaire. L'internet progresse de plus de 70%, mais si les prévisions 2013 font passer les investissements publicitaires sur internet devant ceux de la presse en métropole, nous sommes très loin de cette réalité pour nos régions. La presse reste, sur les 3 départements, la famille média leader en terme de chiffre d'affaires. Composée d'un groupe historique incontournable et d'un nombre important de presses gratuites qui fleurissent ça et la, beaucoup disparaissant après un seul numéro ! C'est la famille TV qui est seconde en Martinique, contrairement à la Guadeloupe, où la famille radio garde une place très importante, mais la différence structurelle des marchés explique cette situation. Enfin, l'affichage reste stable.

La TV est-elle encore la reine des médias dans nos régions ?

Les derniers résultats fournis par Mediametrie (Metridom - Septembre-Décembre 2012) situent en terme d'audience cumulée, comme en durée d'écoute par auditeur, la télévision en Guadeloupe Martinique comme la famille média reine, mais il n'en n'est pas de même si l'on parle de chiffre d'affaires.

En effet, si la télévision reste le média premier en métropole, en terme de chiffre d'affaires aux Antilles Guyane, cette famille accuse une baisse moyenne de presque 8% (-5% en Martinique, -13% en Guadeloupe).

Quelles sont les campagnes de publicité possédant le meilleur taux de visibilité ?

Le taux de visibilité d'une campagne publicitaire correspond au nombre de publicités vues pour cent affichages de l'élément publicitaire. Celui ci est mesuré par l'adserver. Pour être vu, il faut donc avoir un créatif de talent et un média planneur professionnel... Vous comprendrez que je garde pour moi mes avis sur les campagnes aux Antilles : j'ai trop d'amis dans ce métier et il y a trop de campagnes de qualité pour n'en citer que deux ou trois ! (rires)

Francine Lemyre

La crise… vraiment ?

Né au sein du groupe Publidom, le studio de création Graphidom, conçu et dirigé par Francine Lemyre, contribue depuis 2004 à l'amélioration et au perfectionnement des supports et des campagnes de communication, auprès des agences, comme des entreprises et des particuliers. Sa directrice, qui entend beaucoup parler de la crise sans la voir passer pour autant, témoigne du virage que prennent actuellement les stratégies de communication des différents médias.

La majorité des acteurs du monde médiatique nous affirme que la crise est bien présente. La situation est-elle si tranchée d'après vous ?

Si je me base sur mon ressenti et les données réelles de mon studio, notre activité est en croissance constante et régulière. Bien entendu, je ne parle ici que de Graphidom. 2009 a paradoxalement été une très bonne année pour certains domaines d'activité, notamment la communication. Quand une société traverse une telle période de crise, beaucoup de PME et de TPE se créent en réaction, et donc de nombreuses demandes de publicité arrivent sur le marché. Certes, il faut travailler plus pour gagner autant qu'avant, mais les compétences internes d'une entreprise permettent une réactivité importante.

Et ressentez-vous en 2013 les effets de la crise ? Qu'il s'agisse de la crise mondiale ou de la crise locale de 2009 ?

Les évolutions réalisées en 2011 se poursuivent. Beaucoup de demandes concernant le support internet nous parviennent. Il faut comprendre que la marge n'est pas engendrée que par la publicité : il existe de nombreux outils de communication variés en dehors du circuit publicitaire proprement dit.

Quels sont aujourd'hui les supports les plus fédérateurs ?

La presse a perdu sa visibilité et sans doute une forme de crédibilité. La production web, quant à elle, est moins importante qu'attendue… l'affichage et la presse restent aux Antilles les médias historiques, concurrencés désormais par les opérations de communication sur le terrain.

Pourquoi l'affichage est-il toujours un support majoritaire ?

Le territoire est largement couvert par un réseau important. Les Martiniquais sont habitués aux campagnes d'affichage, aux catalogues dans leur boîte aux lettres… nous remarquons que, en l'absence de communication visible, les consommateurs semblent penser que l'offre n'existe pas, et restent donc chez eux. Dès qu'une communication est mise en place, les entreprises constatent une croissance significative de leur chiffre d'affaires. Ainsi, le prospectus, par exemple, est un support privilégié entre tous, tout comme la radio qui offre le meilleur rapport qualité/prix aux annonceurs.

Quelles évolutions pouvons-nous imaginer d'ici 2020 ?

Les annonceurs chercheront toujours les supports les plus efficaces et les plus rentables. Ils désirent créer du trafic d'image, via des stratégies de mix médias. Nous pouvons espérer que cela fasse évoluer certaines habitudes bien ancrées qui sont malheureusement sources de pollution visuelle et environnementale. Il faudra également miser sur la continuité et la cohérence des messages publicitaires.

Qu'entendez-vous par continuité ?

Il est aujourd'hui, contrairement aux années 90 par exemple, indispensable de maintenir la cohérence d'une marque, qu'elle soit représentée aux Antilles ou ailleurs. Le temps des communications spécifiques aux différents territoires est en cours d'évolution : Internet et la TV par satellite ont donné accès aux campagnes globales qui sont conçues dans un esprit de continuité, quelque soit leur lieu d'implantation. C'est aux créatifs locaux qu'il revient justement d'y ajouter parfois la couleur locale qui fera la différence.

CERTAINES HABITUDES BIEN ANCRÉES SONT MALHEUREUSEMENT SOURCES DE POLLUTION VISUELLE ET ENVIRONNEMENTALE

Avec un effectif de 75 personnes dont 30 journalistes, le groupe comprend aussi bien RCI (Radio Caraïbes International) que Bel Radio et NRJ Martinique.

C'est la radio au plus fort indice d'écoute, surtout en matinée. Elle est leader sur le marché de la publicité avec 50% des parts. Le groupe s'attache beaucoup à la promotion sociale de nombreux jeunes. Certains y Sont accueillis pour apprendre différents métiers (rédaction, animation, technique…)

D'autres ont commencé ici pour poursuivre vers des carrières internationales, comme le jeune Schoelchérois Willy Bracciano qui est actuellement à France TV ou Jacques Expert qui anime l'émission « Combien ça coûte » ou Patrice Louis qui est actuellement en Afrique.

Le sport et la Culture occupent une grande place, avec l'émission du lundi au jeudi de 18h30 à 21h invités autour de Georges Claude et ses invités, des directs sur les stades et des duplex le soir.

Deux grands événements sportifs, le Tour de Martinique des Yoles Rondes et le tour cycliste, mobilisent les énergies durant les grandes vacances avec motos, voitures et embauche de saisonniers.

La musique, surtout traditionnelle, est également très présente sur les antennes de RCI. Il est à regretter cependant l'absence d'une véritable émission consacrée à la littérature. Les événements sont juste relatés dans les différents rendez-vous d'actualité.

Serge Battet

C'est en 1960 que Radio Caraïbes International voit le jour à Sainte-Lucie avec un émetteur à la Dominique. En 1978, reprise par un collectif d'entrepreneur martiniquais, son siège est transféré à la Martinique. Son capital social est de 165416 euros avec une partie aux mains du personnel.

Jean-Claude Asselin de Beauville ATV

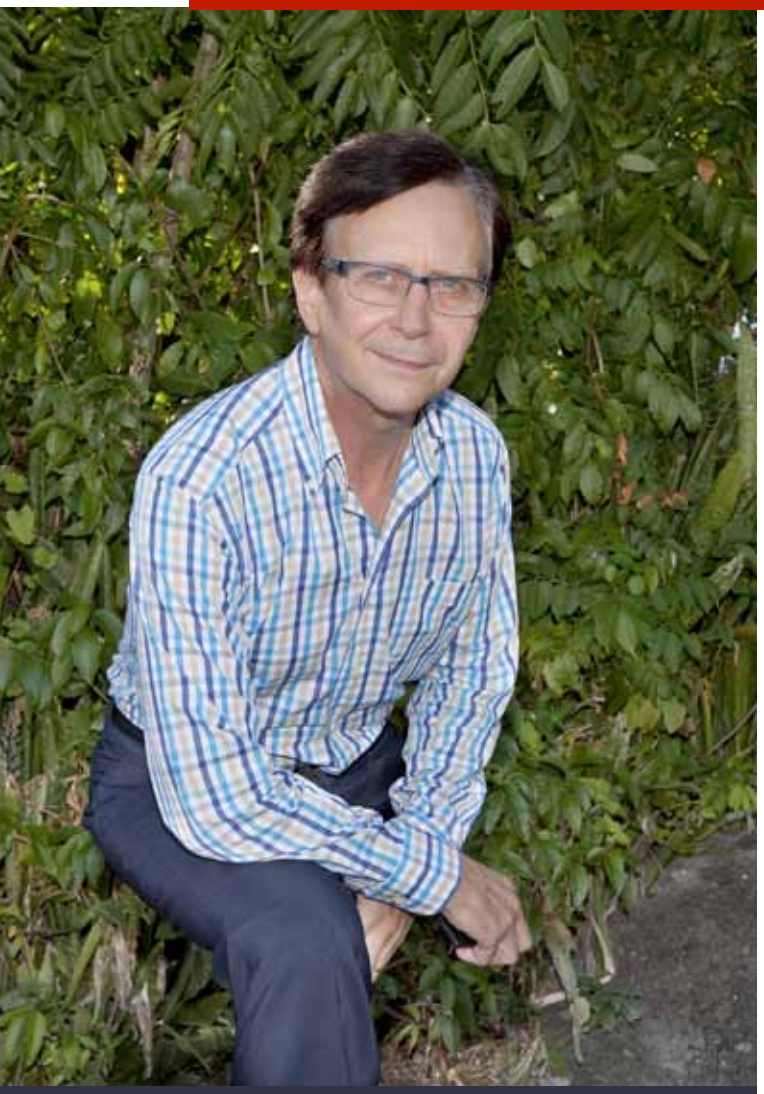
23 permanents assistés de pigistes et d'intermittents du spectacle font vivre la 1ère télévision de la Martinique en termes d'audience pour un budget de 3,7 millions d'euros annuels, alimentés uniquement par la publicité. Son directeur, Jean-Claude Asselin de Beauville, nous a accordé un entretien.

Qu'en est-il de la pub ?
Ce n'est as compliqué, la TV d'Etat récupère déjà la moitié du gâteau et les trois TV privées se partagent le reste ! Pourtant, en termes d'indice d'écoute, nous sommes la première TV, donc la plus regardée de la Martinique.

ATV, c'est une TV bien de chez nous ?
Tout à fait. C'est le type même de la TV de proximité avec un temps pour les jeunes et forces dessins animés et autres émissions musicales pour les plus âgés ou les ados.

Proposez-vous des émissions typiquement martiniquaises ?
« An tchè péyi a » (au cœur du pays, NDLR) et « 3 questions à » prennent vraiment le pouls de la Martinique. Le jeudi, le magazine 52 minutes marche également très fort, de même que le Club Actu qui réunit des confrères d'Antilla et de People News le dimanche. « Libre Eco » reste l'émission phare, elle a lieu le jeudi.

Et sur le plan culturel ?
Nous n'avons pas vraiment d'émission spécifiquement culturelle, mais l'actualité culturelle est relatée dans les tranches d'infos.



Michel Déglise Radio Saint-Louis

1981, la France entre dans l'ère Mitterand et le monde de la radio se démocratise. À la Martinique, un prêtre déjà âgé, se définit lui-même comme « messager des ondes ». Durant la retraite des prêtres en 1982, le père Gaston Jean-Michel (71 ans) a l'idée de créer une radio d'inspiration catholique. Il se confie à son adjoint, le père Claude Anglio et à son confrère, le père Gaston Gauthier qui tient l'hebdomadaire catholique « Aujourd'hui Dimanche »..

En réalité, le père Jean-Michel avait une idée derrière la tête. Beaucoup de fidèles aimeraient bien avoir accès aux enseignements et à la formation bibliques mais ne pouvaient pas toujours se déplacer.

Le projet de radio catholique serait un formidable outil pour approfondir la foi tout en écoutant de la bonne musique, de la musique sacrée notamment. L'idée enthousiasme aussitôt un certain nombre de personnes. Léon Marie-Sainte fournira le premier émetteur. Aumônier de la Jeunesse Agricole Chrétienne (J.AC) devenue le MRJC, le vieux prêtre recrute dans ce milieu. Georges Petit-Charles et Nadiège Pastel sont de ceux-là.

Aujourd'hui, Radio Saint-Louis émet sur 3 fréquences : 99.5Mhz, 101.3Mhz dans le Nord Atlantique et 105.3 Mhz dans le Nord Caraïbe. Grâce au net (www.radiosaint-louis.com), elle peut être écoutée de par le monde. Le slogan favori du fondateur : « L'Evangile par-dessus les toits », prend tout son sens ! Il y a deux ans, un web « télé Saint Louis » retransmet la messe dominicale en direct depuis l'église d'Emmaüs située juste au-dessus.

Elle emploie 3 personnes, deux à temps plein, et un à temps partiel. L'ensemble du travail repose sur plus de 80 bénévoles. Une douzaine de personnes, toutes bénévoles encadrent la structure.

Le père Gaston Jean-Michel, 101 ans, le plus vieux prêtre de France continue d'apporter son concours. Son émission Regards sur la Bible est une véritable lumière pour éclairer les fidèles. Depuis quelques années, il est soutenu par un jeune confrère bibliste, le Père Hugues Lafine. Passionné par le livre de Job, ce dernier sait nous faire brûler du désir d'en savoir davantage !

Radio Saint-Louis est aujourd'hui la première radio associative de la Martinique en termes d'indice d'écoute.

Emmanuel Granier ZOUK TV

« La Chaîne Civique (LCC) » et « Zouk TV » sont gérées par la SARL Zouk Multi media, avec pour fondateur et gérant Emmanuel Granier. C'est une TV de proximité qui émet depuis l'an 2000 et qui emploie aujourd'hui six personnes, dont trois journalistes, aidées d'une quinzaine de bénévoles.

Quelle est la particularité de vos chaînes ?
Le format est très différent de ce qui se voit habituellement. Nous proposons des émissions de deux à trois heures !

De quoi vivez-vous ?
Nous avons la possibilité de faire de la pub, mais le fait d'être uniquement sur câble nous a pénalisés, nous n'étions pas suffisamment vus. Notre arrivée sur la TNT nous a donné des parts de marché supplémentaires. Dès le mois d'avril nous serons sur le SAT Caraïbe donc cela nous ouvrira encore d'autres portes. Nous serons diffusés sur toute la Caraïbe, à Miami et en Guyane. Nous sommes aussi sur Numéricable en France. Nous avons passé des conventions avec les collectivités locales. Je précise qu'il s'agit bien de conventions et non de subventions. Les activités de la CACEM, du Conseil Général, du Conseil Régional, de la ville de Fort-de-France sont retransmises intégralement sur Zouk TV.

Quels sont vos projets ?
Notre arrivée sur Canal Sat en Avril nous permettra de nous développer encore davantage et de diversifier nos programmes. Nous travaillons en partenariat avec la Guyane, la Caraïbe et même jusqu'à la Réunion.

Connaissez-vous votre indice d'écoute ?
Il est très difficile de le mesurer. Nous sommes en train de nous frayer un passage. On dira, à peu près 3%.

Claude Bougrainville Club Presse Martinique

Actuellement présidée par le confrère Claude Bougrainville, le Club Presse Martinique a été créé en 1987 par un collectif de journalistes. C'est une association qui regroupe journalistes et chargés de communication de la Martinique.

La formation interne des journalistes professionnels, les rassemblements et surtout les conférences débat autour des thèmes d'actualité, constituent les principales activités du Club Presse Martinique.

Dans les années 90, il y avait le bal de la presse qui permettait d'inviter de nombreux amis dans de moments festifs et conviviaux. Petit à petit, cette activité est tombée dans le suranné. Aujourd'hui, par contre, des sorties récréatives et culturelles autour de sites ont pris le relais.

La première édition des Journées de la Presse Régionale s'est tenue en novembre 2011. 2013, année du centenaire de la naissance d'Aimé Césaire, sera marquée par un calendrier qui reste encore à établir. Il comportera entre autres une marche aux flambeaux le 26 Juin, jour de son anniversaire.

Notons aussi que le Club Presse Martinique fait partie du réseau des 52 clubs presse francophones qui regroupe des confrères d'Haïti, de France et d'autres pays de langue française. L'an passé s'en est ouvert un au Mali et celui du Sénégal est en cours de création.
Le confrère martiniquais Karl Sivatte préside l'Union des Club Presse de France qui organise un congrès chaque année. Le prochain se tiendra en Guadeloupe. En 2003, la Martinique était le pays d'accueil. Plus de 700 confrères de Martinique, Guadeloupe, Haïti, Guyane et d'autres pays y participaient.

Aujourd'hui, une ouverture se fait vers les pays francophones ou non de la Caraïbe. Lors du Printemps Arabe, nous avons reçu une consoeur Egyptienne.
Le prix André Aliker, institué en 2012, récompense le travail des journalistes professionnels et des confrères en herbe, lycéens et étudiants. Les lauréats sont Cécile Evrard de France-Antilles pour la presse écrite, Fabrice Théodose pour la radio, William Zebina et Jeannick Dulio pour la télévision. C'est l'occasion de rappeler la mémoire d'André Aliker, ce journaliste d'investigation qui a péri assassiné. C'est aujourd'hui une icône pour les nouvelles générations de confrères.
Précisons enfin que le Club Presse Martinique est une association de journalistes et chargés de communication. Ce n'est pas un syndicat, même s'il est appelé à réagir si un confrère est attaqué, par exemple.

Les chiffres 2011-2012 de la Pub en Martinique

L'OBSERVATOIRE DE LA PUB ANTILLES-GUYANE

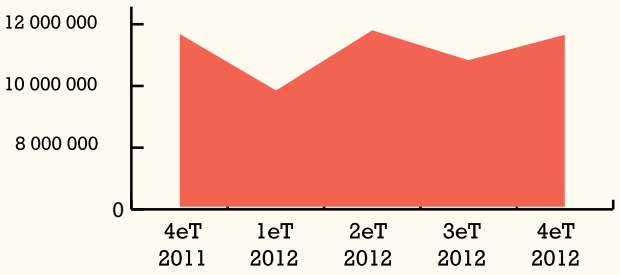
AACC

mediaconseil

CA global en €

43 697 906 €

CA-Evolution

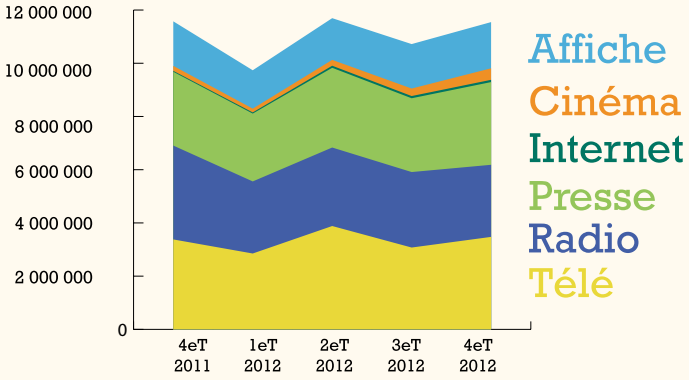


Données des études 2011-2012

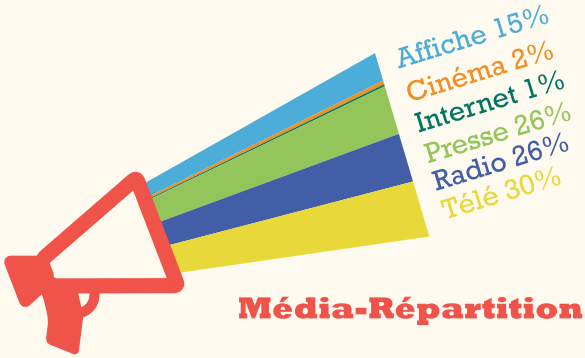
11 039 Campagnes

28 891 Visuels

Média-Evolution



Média-Répartition 2012

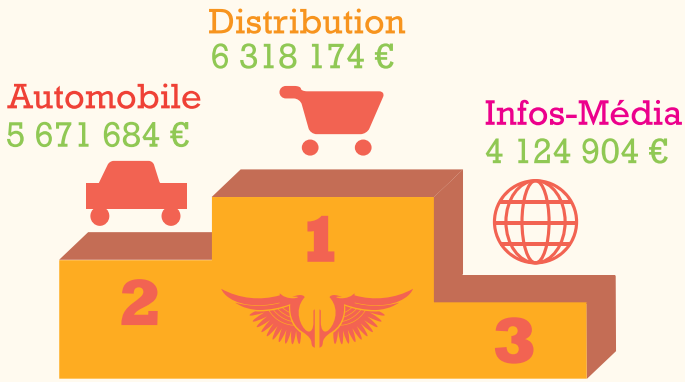


Média-Tendance annuelle

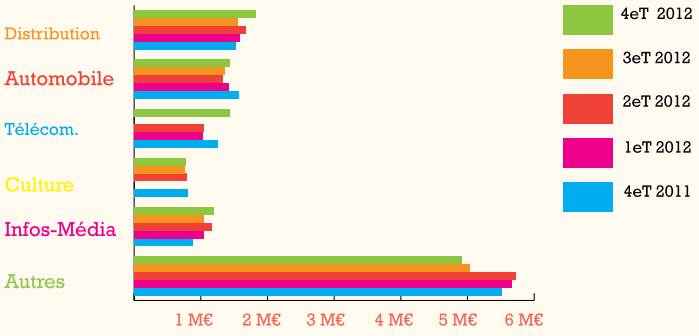
Radio
Affichage

Télé
Presse
Internet
Cinéma

Top 3 des secteurs



Secteurs-Evolution des investissements



Secteurs-Répartition

Distribution 14%

Télécom. 8%

Automobile 13%

Culture 5%

Infos-Média 9%

Autres 50%

Aréte sa !

Depuis bientôt seize ans, l'association Entreprises & Environnement a pour objectif de faire prendre conscience à chaque habitant de la Martinique que la protection de l'environnement doit être l'affaire de tous, et que chaque geste quotidien peut être accompli dans une logique écologique consciente. Sa dernière innovation ? « Aréte sa ! » Un site internet en forme de signal d'alarme : une plateforme communautaire à laquelle chacun peut apporter sa contribution en repérant les décharges sauvages qui fleurissent partout sur Madinina. Stéphane Abramovici nous en présente le mode d'emploi.

www.aretesa.fr
www.entreprisesenvironnement.com
Tél. 0596 50 86 45

Le concept de « Arété sa » est basé sur l'esprit communautaire et la participation active de ses membres : comment procèdent-ils ?

Le site internet est une plateforme de recensement et de classement de tous les endroits sales, zones polluées et décharges sauvages de la Martinique. Il suffit de prendre le lieu en photo et de charger l'image sur www.aretesa.fr, une fois que l'on y est inscrit.
Chaque photo est accompagnée de sa légende : date, heure et localisation précise, ainsi que d'une carte satellite pour retrouver très facilement le site pollué.

Ces endroits sont donc si nombreux ?

Ces derniers temps, j'ai l'impression que, partout où mes yeux se posent, je vois des décharges. La Martinique est censée être l'île aux fleurs, et il y pousse essentiellement des cartons d'emballages et des ordures ménagères le long des routes. Je trouve cela vraiment choquant et incompréhensible.
L'objectif de notre réseau social est d'aider les collectivités en répertoriant et en signalant les zones dégradées, ainsi les pouvoirs publics peuvent prendre les mesures nécessaires. L'idéal serait bien évidemment que cette pratique de jeter ses ordures n'importe où disparaisse, mais les choses ne se font pas en un jour, donc il faut bien chercher des solutions immédiates et efficaces aux problèmes.

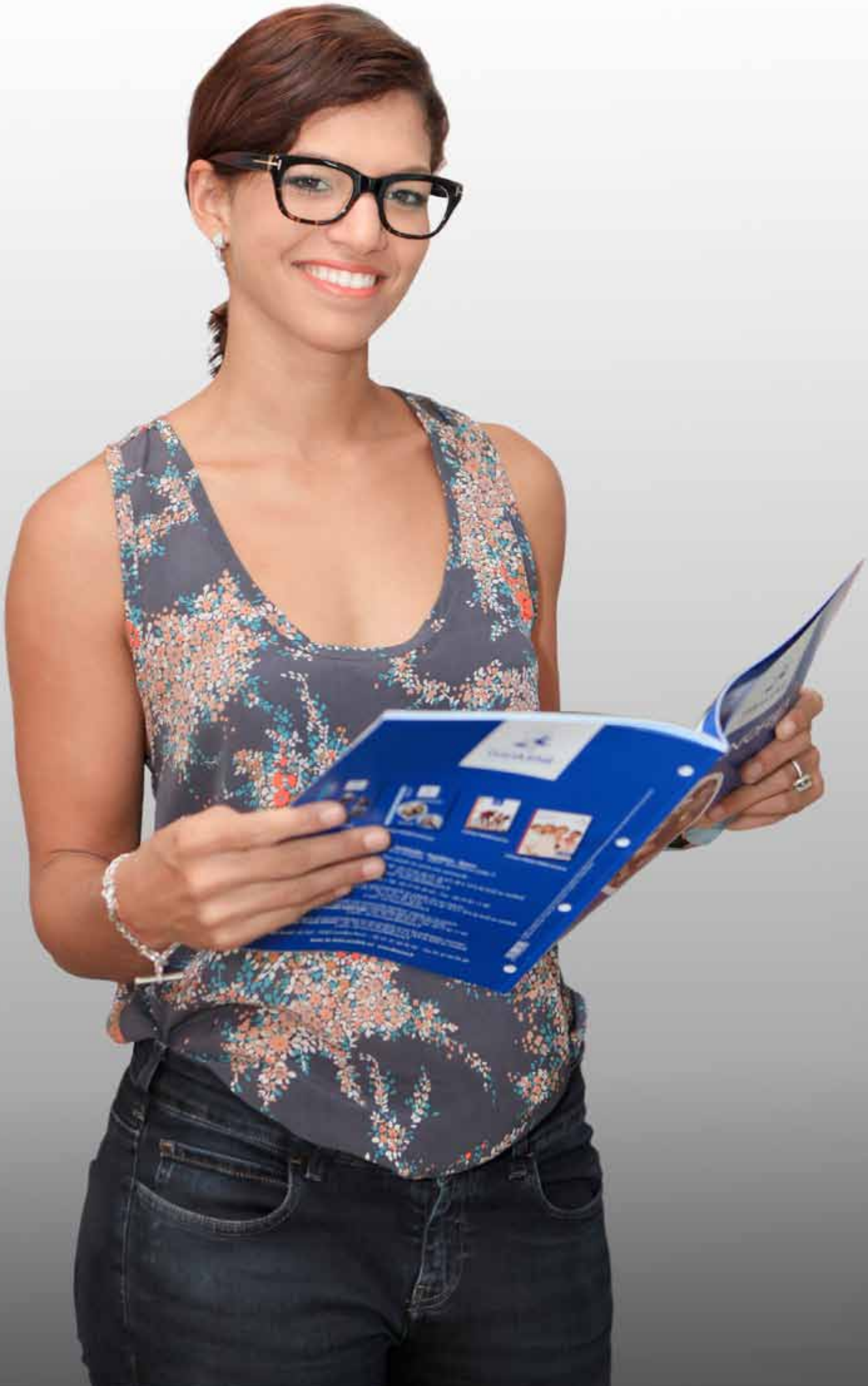
Comment expliquez-vous l'existence de ces décharges ?

Je pense que la prise de conscience est très longue à venir, hélas. L'absence de moyens de la police de l'environnement joue également.
C'est un phénomène culturel qui se perpétue entre générations, avec un côté « pas vu pas pris » : on pourrait imaginer que les communes plus reculées seraient épargnées par un phénomène a priori lié à l'urbanisation, mais il n'en est rien. Certaines communes rurales sont devenues des sortes de « communes-poubelles » où les gens se rendent en voiture pour se débarrasser de leurs ordures, juste pour ne pas faire cinq kilomètres de plus !
Et quand on voit des épaves de bateaux par dizaines à l'entrée de communes ayant fait du tourisme nautique l'un de leurs attraits, il y a de quoi être interpellé et se demander : « est-ce vraiment l'image que nous souhaitons donner de notre île ? »

CERTAINES COMMUNES RURALES SONT DEVENUES DES SORTES DE « COMMUNES-POUBELLES » OÙ LES GENS SE RENDENT EN VOITURE POUR SE DÉBARRASSER DE LEURS ORDURES

Quelles sont les solutions proposées au nettoyage des sites ?

C'est le rôle des collectivités, que nous nous proposons d'aider et de soutenir via ce type d'initiative. C'est aussi la responsabilité de chacun. En outre, nous organisons deux fois par an une grande opération « Pays propre » qui connaît un grand succès. Si « Arété Sa ! » permet un état des lieux, la phase active passe par la mobilisation du plus grand nombre de bénévoles (particuliers, industriels, membres d'associations…) qui se regroupent, sous la coordinations de notre association et d'agents de l'ONF, afin de ramasser un maximum de déchets.
La prochaine opération aura lieu les 07, 08 et 09 mars, et nous accueillons chaque fois plus de monde. J'espère que les lecteurs du Madinmag seront sensibles à notre appel.



Une famille en or

C'est l'histoire d'une filiation. Il était une fois une famille de pharmaciennes qui, de mères en filles, prenait soin des gens de leur quartier, en leur prodiguant de l'écoute, des conseils et de l'attention. L'aînée de cette famille s'appelle Marie, et c'est son histoire qu'elle s'apprête à nous conter.

« Je suis née à Paris de parents martiniquais, héritière d'une longue tradition familiale, puisque ma grand-mère, ma mère et mon père sont tous pharmaciens. C'est très naturellement que j'ai suivi à Bordeaux mes études de pharmacie et, alors que j'étais de passage en vacances chez mes parents à la fin de mes études, sans projet professionnel bien arrêté, j'ai pris conscience à quel point ma famille et mon pays me manquaient. La reprise de l'enseigne de ma mère m'est alors apparue comme la chose la plus logique et la plus naturelle ; c'était là ma place. »

J'AI TENU À DÉVELOPPER L'ESPRIT DE DÉVOTION ET D'HUMANISME QUI HABITE MON ACTIVITÉ

Une place qui ne s'acquiert ni simplement ni de façon reposante. La reprise et la modernisation d'une entreprisede quartier nécessitent un temps et une énergie que Marie dépense bien volontiers, afin d'offrir à une clientèle fidélisée avec les années des services innovants qui améliorent nettement les conditions de vie des personnes en situations parfois difficiles : « Il est essentiel de cultiver l'esprit de quartier, de proximité, auquel les gens se sont habitués et qu'ils recherchent en venant nous voir. Partant de là, j'ai tenu à développer l'esprit de dévotion et d'humanisme qui habite ma profession. Nous avons à cœur de venir en aide aux personnes qui nous font confiance. Je suis heureuse de la reconnaissance de la clientèle, qui revient toujours vers nous car nous sommes à l'écoute et attentifs aux problèmes de chacun. »

Une qualité d'accueil et d'écoute qui permet à Marie Sainte Rose –diplômée à vingt-quatre ans, ce qui fait d'elle la plus jeune titulaire de notre île – de maintenir sa place dans un marché fort occupé. Pour exister parmi les 142 enseignes que compte la Martinique, il faut savoir se positionner et proposer la petite touche personnelle. « L'une de nos priorités est le concours que notre métier peut apporter aux autorités dans la protection sanitaire. Le secours aux personnes en danger est un élément primordial de la vie en communauté, que l'on soit ou non professionnel de santé, et j'y tiens tout particulièrement. »

Le relationnel et la proximité sont les atouts majeurs de cette belle et jeune chef d'entreprise qui consacre son énergie au bien-être de tous. Une relation de confiance établie de longue date entre sa famille et la population, qui sait aujourd'hui que le pharmacien n'est pas le simple vendeur de médicaments auquel on l'a souvent réduit. « Nous sommes le dernier maillon de la chaîne de santé, c'est un fait, mais nous sommes en mesure d'être parfois le premier, lorsque par exemple nous conseillons directement les personnes sur un traitement qui ne nécessite pas d'ordonnance spécifique. La pharmacie est une branche de la médecine au même titre que les autres. »

GEODIS
wilson

Une couverture internationale

Au carrefour des Amériques

WWW.GEODISWILSON.COM

Bénéficiez de notre expertise en termes de : certifié Opérateur Economique Agrée

- Douane
- Groupage sur les DOM : hebdomadaires en maritime et journaliers en aérien
- Transport inter îles
- Stockage et préparation de commande
- Livraisons

Externalisez votre logistique en la confiant à un professionnel

- Le service et les conseils d'un spécialiste
- Gagnez en flexibilité et anticiper vos pics d'activité
- Maitrisez vos coûts (nous gérons vos investissements et vos ressources humaines)
- Un expert en logistique à vos côtés

GEODISWILSON - ANTILLES / GUYANE :

MARTINIQUE : 5, Rue Victor Lamon, Quartier Place d'Armes - 97232 Le Lamentin - Tél. : 05 96 72 85 85 - Contact Jean-Claude FLORENTINY
GUADELOUPE : WTC - Aile Ouest 3 ème étage ZCI Pointe Jarry - 97122 Baie Mahault - Tél. : 05 90 25 28 27 - Contact : Olivier HERROT
GUYANE : ZI de Dégrad Des Cannes - 97354 Remire Montjoly - Tél. : 05 94 35 04 77 - Contact : Philippe MARRE
ZI de Pariacabo - BP 805 - 97368 KOUROU CEDEX - Tél. : Tél. 05 94 32 90 83

LÂCHEZ LES 211 CHEVAUX.

MINI COUNTRYMAN
JOHN COOPER WORKS.

Tout d'abord, bouclez votre ceinture.
A présent, goûtez au frisson de la puissante MINI Countryman **JOHN COOPER WORKS.** Equipée de série du système de transmission intégrale MINI All4, cette bête de 211 chevaux vous mènera dans toutes les aventures avec des sensations de conduite réellement typées rallye. Que ce soit sur asphalte, graviers, boue ou chemins pluvieux, peu importe ! Vous pensez être à la hauteur ? Vous le saurez en venant la découvrir en concession.

JOHN COOPER WORKS

BCAM. Zone du Lareinty. 97232 Le Lamentin. Yannick SABAN : 0696 240 626.

MINI.Martinique

DOSSIER JOMD 2013 : LES OUTRE-MER SAVENT-ILS SE VENDRE ?

JOMD 2013
Les Outre-mer savent-ils se vendre ?

DE L'UTILITÉ DE PARLER D'ÉCONOMIE ET D'EMPLOI EN PÉRIODE DE CRISE

Le mot de Cyril Comte, président de la JOMD

La France d'outre-mer n'est pas épargnée par la crise profonde du modèle économique et social français. Elle la traverse avec plus de handicaps encore. De nombreux indicateurs sectoriels pointent vers une récession globale des régions et territoires d'outre-mer en 2012 proche de 2%*. L'année 2013 ne laisse guère espérer un rebond, sauf en Guyane.

Divers facteurs sous-tendent cette perspective : d'abord un coût du travail en décalage avec le potentiel économique de nos régions qui contribue à un taux de chômage moyen de 25% ; ensuite, une crise de la demande liée à la hausse du chômage et à la prudence des consommateurs face au manque de lisibilité des plans de sortie de crise ; enfin, une chute de l'investissement déduite de la difficulté de monter des projets rentables et de la remise en cause progressive de l'aide fiscale à l'investissement.

Dans le débat sur les difficultés financières de l'Etat, l'éloignement des outre-mer, l'hétérogénéité de leurs problèmes, les dissensions sociales qui les traversent et leur difficulté à savoir se vendre, les ont transformés en bouc émissaire facile. Position inconfortable s'il en est.
Le déclin économique de la France d'outre-mer n'est pourtant pas une fatalité. Un pacte de compétitivité renforcé, pour prendre en compte les surcoûts d'exploitation, lui permettrait de prendre sa part du redressement et du rayonnement national dans ses grands espaces régionaux. Ce pacte nécessite de regarder en face la réalité de nos forces et de nos faiblesses.
Il ne pourra rien émerger sans l'énergie créatrice des entrepreneurs, associée à la détermination des politiques de faire de l'économie et de l'emploi leur grande priorité.

C'est l'objectif de la JOMD** de créer ces débats, susciter des rencontres, participer de la solidarité naturelle entre les ultra-marins d'ici et de là-bas, pour finalement contribuer à une ambition partagée des acteurs politiques, économiques et sociaux, pour que nos outre-mer soient en mesure d'attirer les talents, les touristes et les investisseurs.

* En Euros réels, soit une récession nominale de 1% en Euros constants, avec une inflation estimée de 1,5%.
** JOMD : Journée Outre-Mer Développement

Marwane Bejgane, vice-président de la JOMD

L'énergie des Outre-mer

Quelle est la motivation profonde de votre engagement envers la JOMD ?

La JOMD, c'est un temps donné et consacré à la compréhension des Outre-mer. Cela paraît facile à dire, mais que l'on y réside ou non, que l'on en soit ou non originaire, comment peut-on faire des affaires sur un type de territoire si l'on n'en comprend pas bien les intérêts et les situations ? Un chef d'entreprise et un président de région n'ont pas la même vision des choses : lors de la JOMD, ils peuvent se rencontrer, s'exprimer et débattre.

Quelles peuvent en être les retombées pour les personnes en recherche d'emploi ?

Cette journée est un important pôle de recrutement, les entreprises recherchent et rencontrent de nombreux types de profils, si possible originaires des DOM. Nous avons besoin de recruter de jeunes ultramarins afin qu'ils viennent rééquilibrer la pyramide des âges, qu'ils deviennent des cadres de haut niveau dans leur société de naissance.

C'est une prise de conscience qui a eu lieu durant la crise de 2009 ? (suite à laquelle la JOMD fut créée, ndlr.)

En février 2009, le message d'une partie de la population était qu'elle ne se reconnaissait plus en elle-même. La JOMD prouve que l'on peut inverser les choses, que le « génocide par substitution » dont parlait Césaire n'est pas une fatalité.

Quels sont les enjeux politiques de l'événement d'après vous ?

Les problématiques économiques qui fondent la base de cette journée ouvrent naturellement vers des problématiques politiques pour le développement du bien être social et humain. Une société fonctionne comme une famille : elle ne peut être composée uniquement des grands-parents et des petits enfants. Elle a besoin d'une population dynamique et active, et il faut faciliter le retour au pays de ces personnes afin qu'elles fassent bénéficier à leur tour des compétences que la société leur a permises d'acquérir.

NOUS SOMMES LES MONDES ÉCONOMIQUES ET SOCIAUX DES OUTRE-MER, EN VOICI LES OPINIONS, LES AVANCÉES ET LES TENDANCES.

En tant que directeur de l'environnement et des politiques territoriales de la Région Martinique, quelles sont les problématiques énergétiques que vous désirez mettre en avant ?

Cette année nous tâcherons de montrer que le développement des énergies durables se répercute sur le plan social. C'est une économie nouvelle pour nos territoires, elle apporte un meilleur environnement ainsi qu'un climat social plus apaisé.

Pouvons-nous profiter de ce qui a déjà fait ses preuves ailleurs ?

C'est précisément l'un des objectifs de la JOMD : échanger et créer du réseau, s'inspirer de ce qui fonctionne chez les autres pour le reproduire. Quand quelque chose marche, pourquoi s'en priver ? Je vous donne un exemple : l'Agence de l'Énergie a ouvert en l'an 2000 à la Réunion. Aujourd'hui, on y pose 10.000 chauffe-eau solaires par an, dont la moitié est fabriquée localement. Certaines sociétés en exportent jusqu'aux Etats-Unis. C'est une filière qui représente trois cents emplois. Alors nous sommes allés voir là-bas ce qui se faisait et nous nous en inspirons. Se rendre d'un territoire à l'autre pour comparer les solutions adoptées et les résultats obtenus est l'une des missions de l'Agence martiniquaise de l'énergie. Cette méthode représente un gain de temps et d'argent considérable : nous ne sommes pas dans un esprit de compétition, car malgré l'effet de concurrence il faut savoir préserver l'intelligence de l'émulation.

Quelle est finalement la philosophie de la JOMD ?

Offrir un temps d'échange, de mutualisation et de comparaison entre DOM, sous le regard de la République Française. C'est une manière de dire à l'Etat : nous sommes les mondes économiques et sociaux des outre-mer, en voici les opinions, les avancées et les tendances. Lorsqu'un ministre se rend à un tel événement, il peut y ressentir toute la créativité des DOM tout en faisant passer son message. J'invite toutes les personnes intéressées à venir nombreuses, mais pas uniquement pour assister à l'événement : il faut y participer, venir avec un projet, des objectifs, des CV etc. C'est un moment de démocratie ultime où l'on remet en cause les certitudes.

Sophie Efe Minkoué

La Guyane à la JOMD

Coach Professionnelle, consultante formatrice en management et commercial, Sophie Efé Minkoué accompagne depuis 2009 en libéral, les chefs d'entreprises dans l'optimisation de leurs fonctionnements et le développement de leurs activités. Sollicitée par Cyril Comte et François Brichant, les fondateurs de la JOMD, afin d'en être le relais en Guyane, elle nous présente ses objectifs à moins d'un mois de la prochaine édition.

Quels sont, selon vous, le rôle et les enjeux d'un événement comme la JOMD ?

À l'heure actuelle, c'est l'unique rendez-vous social et économique qui soit donné à l'outre-mer. Véritable plateforme pour le réseautage ultramarin, c'est pour nos territoires un outil idéal de communication directe avec notre diaspora et nos talents vivant dans l'hexagone. La JOMD offre une résonnance à nos territoires en termes d'image et d'attractivité auprès de tous ceux qui s'intéressent de près à l'outre-mer.

De par son concept, la JOMD s'ajoute à la palette d'outils dont disposent les acteurs socio-économiques pour continuer à jouer pleinement leur rôle dans le défi du développement économique de nos territoires.

Comment êtes-vous devenue le relais pour la Guyane ?

Cyril Comte, le président, souhaite convier tous les territoires à ce rassemblement pour qu'ils se l'approprient. Il m'a d'abord contactée en tant que partenaire de réseau pour la 1ère édition, puis je suis devenue le relais en Guyane. Mon rôle est de promouvoir l'évènement sur la Guyane auprès des différents acteurs et de faciliter la participation à la JOMD à un grand nombre d'entre eux. Je gère pour eux la relation avec l'Association Outremer Développement et prends en charge les considérations matérielles, pour leur permettre de se concentrer sur la préparation de leur participation.

La Guyane participe-t-elle de la même façon que les autres départements d'outremer ?

Le format de participation à la JOMD est le même pour tous les territoires. Il y a 3 types de participants : les intervenants en conférences ou ateliers, les partenaires exposants et/ou partenaires-sponsors. De par la typologie de ses entreprises, la Guyane participe à la JOMD sous le pavillon collectif, ce qui permet aux partenaires exposants une économie d'échelle sur les frais. Le programme des conférences et ateliers est défini par Cyril Comte, je lui propose des intervenants pour la Guyane que j'approche par la suite pour confirmation de leur intérêt et de leur disponibilité. C'est dans ce contexte que pour la JOMD 2013 j'ai défini une « démarche collective Guyane » qui se veut fédératrice et dynamique afin de mobiliser près de dix intervenants et autant d'exposants.

Quels secteurs représentent-ils ?

Ils proviennent de tous horizons : chefs d'entreprises du BTP, de la filière bois, de l'Hôtellerie, de l'Immobilier, secteur bancaire, des institutionnels, du monde sportif, des pouvoirs publics… tous sont animés par une même volonté : valoriser l'image de la Guyane, faire connaitre les enjeux auxquels nous sommes confrontés et nos perspectives, promouvoir notre dynamisme économique, communiquer sur nos opportunités en termes d'emplois, d'aides à l'investissement et à l'installation en Guyane….

TOUS SONT ANIMÉS PAR UNE MÊME VOLONTÉ : VALORISER L'IMAGE DE LA GUYANE

Quelles sont les moyens mis en œuvre cette année pour atteindre cet objectif ?

Avec près de 1200 visiteurs attendus, les partenaires Guyane doivent miser sur l'impact visuel pour attirer l'attention. Il est prévu une signalétique identitaire commune à tous ses stands pour afficher une appartenance régionale forte. En outre, pour cette édition, les Guyanais bénéficieront des services exclusifs d'un journaliste attitré, pour couvrir leur participation et promouvoir leur présence auprès des médias invités. Un site internet « La Guyane à la JOMD », actuellement en cours de construction, contribuera à promouvoir la participation de nos partenaires exposants et/ou sponsors sur le plan local, afin que les personnes n'ayant pu se déplacer aient un retour sur ce qu'ils ont vécu, ressenti et surtout sur les retombées qu'ils en attendaient.

Florence Boutant

La JOMD recrute

Responsable des Ressources humaines chez GBH pour l'hypermarché Carrefour Génipa à la Martinique, Florence Boutant fut recrutée en 2010 après la première édition de la JOMD. Témoin direct des opportunités offertes par ce rendez-vous, elle en évoque ses souvenirs ainsi que ses aspirations pour le développement des ressources humaines dans nos régions.

Commençons par évoquer la JOMD qui vous a menée au poste que vous occupez aujourd'hui.
La JOMD a été lancée en 2009 en réaction à la crise de février qui est encore bien présente en mémoire, et dont nous n'avons pas fini de connaître les contre-coups. Ce fut l'occasion, par ricochet, de mener une importante action de communication et de valorisation de la part des grands groupes auprès de la population, afin de restaurer une image abîmée par la crise. C'est ainsi que je suis entrée en contact avec GBH, en assistant à l'une des conférences dont le thème était « Pièges ou opportunités en Outremer », et qui mettait en lumière les clichés et les possibilités réelles qui s'offrent aux ultramarins.

Quelle contribution comptez-vous apporter en retour à l'édition 2013 ?
Je m'y rends afin de présenter le groupe, les problématiques ressources humaines, rencontrer des candidats, échanger, recruter, parler de mon parcours aussi bien en Métropole qu'aux Antilles, partager mon expérience, les avantages comme les difficultés. Je souhaite faire bénéficier d'autres personnes des voies que la JOMD a su m'ouvrir. Je ne serai d'ailleurs pas seule, car trois autres responsables RH de GBH seront présents : être de l'autre côté de la barrière permet de prendre du recul. Nous serons auprès des visiteurs pour informer et rassurer.

Vous avez exercé vos fonctions aussi bien aux Antilles qu'à Paris : le travail est-il partout le même ou constatez-vous des singularités propres à chaque territoire ?
Selon moi, le rapport quotidien aux autres personnes est différent. Aux Antilles, il est nécessaire et attendu que l'on prête une attention particulière à chaque personne. Je suis responsable RH au sein d'une enseigne de grande distribution qui regroupe 170 employés, et une part importante de mon travail consiste à connaître chacune d'entre elles.
Il ne s'agit pas forcément d'un rapport d'amitié bien sûr, mais d'un soin accordé à l'autre, de prendre le temps de s'enquérir de sa santé ou de ses soucis. Je ressens un grand besoin de proximité de la part des personnes avec qui je collabore au quotidien, ce qui n'était pas le cas en région parisienne, car là-bas cela pourrait passer en certains milieux pour de la démagogie. Aux Antilles, c'est au contraire une pratique demandée qui simplifie grandement les rapports humains et les relations professionnelles.

Quels sont les avantages pour un groupe comme le vôtre à participer à la JOMD ?
C'est l'occasion de toucher un public qui s'intéresse à l'emploi dans les DOM et ainsi faciliter nos recrutements. C'est aussi un temps essentiel de communication, qui permet de réduire le décalage entre la réalité et l'image que le grand public perçoit d'une société.

Comment l'expliquez-vous ?
Il existe de façon générale un manque d'information. Les entreprises ultramarines n'ont pas encore systématiquement de site internet, par exemple. Ce manque de visibilité et d'accessibilité implique davantage de moyens et de ressources de la part des candidats à un emploi. Mais les Antilles ne sont pas un cas isolé : on prend souvent l'Île de France comme référence unique, pourtant de nombreuses PME de province en sont au même stade de réflexion que l'Outremer.

Nous devons évoluer, recruter via les réseaux sociaux, développer l'attractivité à la fois des entreprises et du territoire. Nous sommes à l'heure actuelle en concurrence avec des sociétés implantées à Londres, à Singapour, au Brésil… des lieux dont la qualité de vie rivalise sans effort avec celle des Antilles. Il faut donc apprendre à nous montrer concurrentiels en valorisant nos atouts.

STÉPHANE HAYOT

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE GBH

« Nous sommes partenaires de la JOMD depuis son lancement ! C'est un formidable événement qui permet de réunir beaucoup d'acteurs de l'outre-mer, des personnes qui s'y intéressent et qui s'y impliquent, qu'elles soient issues des DOM ou de la diaspora. C'est une journée de rencontres et d'échanges très intéressants, qui donnent l'opportunité de mieux comprendre nos régions et les enjeux auxquels elles sont confrontées, de réfléchir sur des problématiques communes d'actualité et d'avenir. La JOMD contribue à alimenter une vision positive et dynamique des départements d'outre-mer, ce qui est essentiel pour réussir à faire émerger de nouvelles idées, à attirer des entrepreneurs et des jeunes diplômés ultramarins. C'est aussi l'un de nos objectifs principaux lors de cette journée : rencontrer des candidats, leur donner envie de rejoindre nos entreprises. Chaque année nous avons ainsi pu recruter grâce à la JOMD plusieurs cadres originaires des DOM. »

ELSA PANECHOU

GÉRANTE OCÉANE PRODUCTION
À LA RÉUNION
GAGNANTE DE LA BUSINESS
COMPÉTITION

« Participer à la JOMD en 2011 fut un honneur pour moi. En effet, avoir la chance de présenter son projet, son entreprise et défendre les couleurs de son île, était une expérience inoubliable.

Aller à la JOMD, c'est rencontrer des personnes de divers horizons qui ont toutes le même objectif : faire bouger les Outre-mer ! Nous rencontrons tous les mêmes problématiques (éloignement, développement endogène, spécificités locales...) et par conséquent, nos projets sont souvent transposables d'un territoire à l'autre, d'où l'opportunité de consolider son réseau lors de cette journée. »

OLDINA DEBYDEAL

RESPONSABLE
RECRUTEMENT LEADER PRICE

« La JOMD m'est apparue comme une vraie innovation permettant une prise de contact entre les jeunes diplômés et les entrepreneurs d'Outre Mer. C'est lors de la première édition que j'ai rencontré l'entreprise LEADER PRICE MARTINIQUE dans laquelle j'occupe aujourd'hui la fonction de Responsable Recrutement et Mobilité Interne. Cette journée est l'occasion pour notre entreprise de rencontrer les candidats à la recherche d'opportunités de carrière, les porteurs de projets ou, plus largement, de rencontrer les personnes désireuses de contribuer au développement de nos régions. »

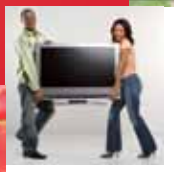
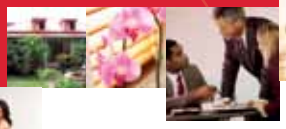
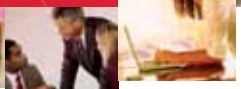
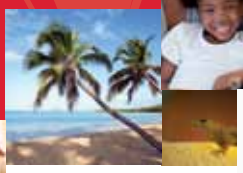
HENRI HERNOULT

PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL
DU GROUPE COGIT

« La JOMD est un temps de rencontre entre les décideurs économiques des outre-mer et la diaspora de talents. Le Groupe COGIT, acteur de loisirs implantés aux Antilles, a des ambitions de développement, et souhaite y trouver des compétences pour ses activités. »

SOMAFI

Partenaire de votre développement

Financement professionnel

Contactez notre service Entreprise :
- Pour la Martinique : **service.entreprise@ge.com**
- Pour la Guyane : **entreprise.guyane@ge.com**

Découvrez également notre gamme de financements aux particuliers sur **www.somafi.com**

Prêt Personnel

Équipement du foyer

Prêt Auto/Moto

Prêt Travaux/Déco

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

GE l'imagination en action

Sous réserve d'étude de votre dossier et d'acceptation par le prêteur SOMAFI.
SOMAFI - Société Martiniquaise de Financement - Établissement agréé en qualité de société financière - SCA au capital de 7 269 825 € - RCS Fort-de-France 303 160 501 - Siège social : Z.I des Mangles 97232 Le Lamentin - Intermédiaire en assurance immatriculé sous le numéro 07 023 999 (www.orias.fr).

JOSÉ ANELKA

DIRECTEUR GÉNÉRAL
GROUPE RADIO CARAÏBES INTERNATIONAL

« Notre première attente est tout d'abord la rencontre avec la jeunesse qui constitue une richesse extraordinaire pour nos départements d'Outre-mer, insuffisamment valorisée et en quête de première expérience. À nous de les mettre dans les meilleures dispositions pour en faire les forces vives de demain. Nous souhaitons également pouvoir échanger avec les acteurs économiques et sociaux, en considérant que nous devons tous ensemble mutualiser nos compétences pour faire avancer nos entreprises. Les différents ateliers associés à des thématiques diverses et variées nous permettront ainsi de balayer tous les pans de notre économie. Radio Caraibes International sera une nouvelle fois le partenaire média de la manifestation, promotion, intervention de la rédaction, présentation de nos supports digitaux, valorisation de nos activités radios. »

CARIOLE HATCHI

GÉRANT DE CARIPROTECH GUYANE

« C'est pour renforcer notre développement sur les Antilles-Guyane que je vais à la JOMD. Pour m'entretenir avec les dirigeants de grands groupes présents, pas toujours évidents à rencontrer, et pouvoir ainsi solidifier les partenariats déjà en cours, voire en créer de nouveaux. Cela a été une évidence de nous associer à la démarche collective Guyane pour participer à la JOMD. »

SÉBASTIEN FOLIN

PRÉSIDENT
DU FONDS BIOME

« Soucieux, depuis plusieurs années, de sensibiliser le grand public aux fragilités de la nature, j'ai pris conscience, au fur et à mesure de mes émissions télévisées, que 80% de la richesse biologique française provenait de l'outre-mer.
Désormais Président d'une Fondation (www.fondsbiome.org), je souhaite faire comprendre à la communauté ultra-marine qu'elle dispose d'un moyen très efficace de participer à la préservation du patrimoine naturel national, mais aussi de promouvoir des territoires trop souvent oubliés. »

NICOLE GIBON

DIRECTRICE
DE PUBLICATION
DE PILIBO
PARIS

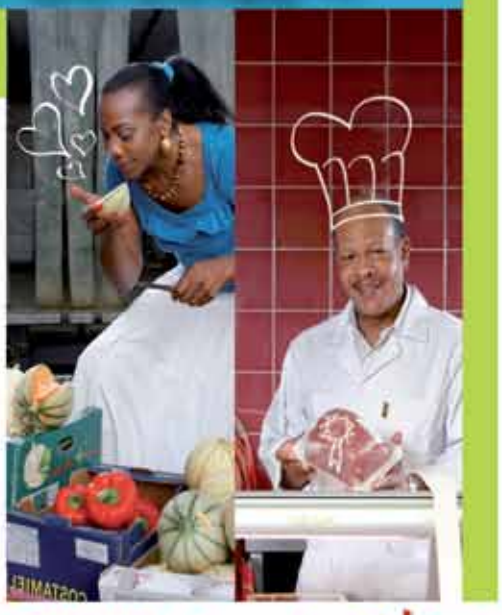
« L'intérêt d'une journée telle que la JOMD est lié, principalement, à la qualité des échanges et des intervenants.
Cet événement replace les outre-mer dans une véritable dynamique : découverte et reconnaissance de talents professionnels, débats sur des sujets spécifiques à l'Outre-mer (tourisme, sport, culture, environnement…) et véritables opportunités professionnelles pour les plus jeunes.
C'est aussi une façon de développer activement son réseau. Parité oblige, seul souhait pour cette année 2013 : qu'il y ait davantage de femmes dans les différents ateliers ! »

GROUPE
HO HIO HEN

Le groupe Ho Hio Hen recrute, **rejoignez nous !**

POSTES À POURVOIR

- Assistant Administratif
- Chef Boucher / Boucher
- Chef Comptable
- Contrôleur de gestion
- Directeur Commercial Hypermarché
- Directeur d'Etablissement Logistique
- Pricer
- Responsable Paie
- Responsable RH
- Manager de Département
- Manager de Rayon
- Vendeur Groupe



Casino supermarchés · Ecomax · Géant Casino · Multicros Atout prix · Super H

recrutement@groupehohiohen.com
www.groupehohiohen.com

JOMD

13/04/2013

Ce sera le 13 avril 2013 au Pavillon Gabriel à Paris. Une année pour préparer le rendez-vous économique de l'Outre-Mer et sa diaspora. Forts de l'expérience des trois premiers rendez-vous, nous avons choisi le mois d'avril (au lieu de septembre habituellement), pour mieux répondre aux attentes des étudiants (fin de cycle et à la recherche de stages), et pour une meilleur visibilité médiatique nationale. Nous travaillons aussi à des améliorations du concept : interactivité avec les participants et élargissement des thématiques. Un effort sera fait sur la mise en valeur des entreprises et secteurs innovants de l'Outre-Mer et de leur diaspora dans l'hexagone. En temps de crise il faut promouvoir les idées : la JOMD sert aussi à ça.

5, avenue Gabriel
75008 Paris
Tel. :
(33) 01 42 68 18 18
Fax. :
(33) 01 42 68 04 96
Métro :
Champs Elysées Clémenceau ou Concorde

Horaires :
de 8H00 à 20h00

PROGRAMME

ATTENTION CE PROGRAMME EST SUSCEPTIBLE D'ÊTRE MODIFIÉ JUSQU'À LA DATE DU 13 AVRIL

LES OUTRE-MER À LA RECHERCHE D'UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT

SALLE PLÉNIÈRE

9h00
Panorama de la situation économique des outre-mer, par l'IEDOM

9h3o
Produire outre-mer : une idée d'avenir ? par les Commissaires au Redressement Productif des DROM

10h00
Table ronde des Présidents de Région : Les enjeux du développement économique et social des Régions d'outre-mer

10h45
Comprendre la loi sur la vie chère en outre-mer
11h15 Faut-il réinventer le modèle économique de la France d'outre-mer ?

11h45
Les régions ultrapériphériques et l'Europe, une chance à concrétiser

12h20
Quel avenir pour la France d'outre-mer ? par Alexandre Adler

12h30
Déjeuner

13h30
Conquérir les libertés en outre-mer : hier, aujourd'hui, demain animé par Fabrice d'Almeida

14h30
Biodiversité et développement économique en outre-mer : compromis et harmonies

15h30
Les entrepreneurs, la ressource naturelle des Outre-Mer

16h15
L'opportunité du pétrole en Guyane

16h30
Quels bénéfices tirer de la coopération régionale des outre-mer ?

17h10
Place et rôle des grandes entreprises françaises en outre-mer

17h30
Les crises porteuses d'espoir pour construire l'avenir autrement animé par Michel Godet

18h30
Les outre-mer savent-ils se vendre ?

18h45
Conclusion par Victorin Lurel, Ministre des Outre-Mer

19h00
Cocktail dînatoire

SALLE ATELIERS TECHNIQUES

MATINÉE

9h00
Panorama des métiers en tentions en outre-mer par les quatre directeurs des Pôle Emploi

10h00
Panel responsables RH : Travailler en outre-mer

11h00
Carrières en outre-mer, retours d'expérience et témoignages

12h00
Utiliser les réseaux sociaux pour la recherche et les offres d'emplois

APRÈS-MIDI

14h30
La défiscalisation dans le cadre de la dernière loi de finance

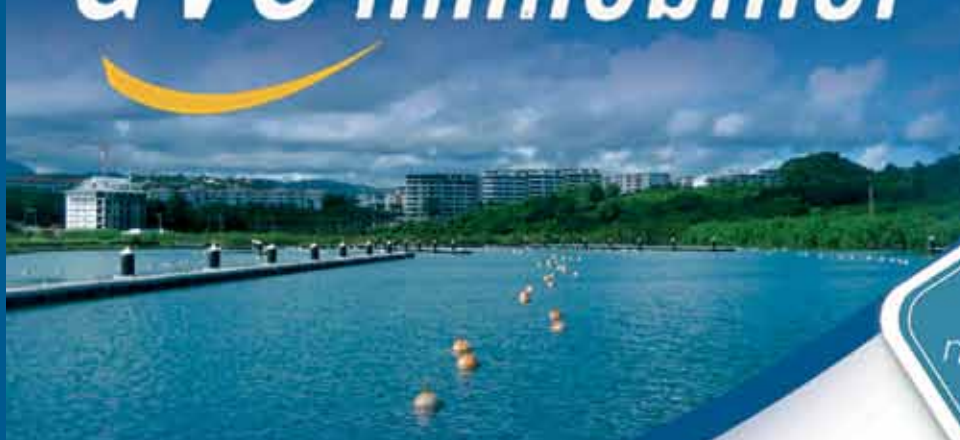
15h00
Nouveaux projets : les outils du financement dans les Outre-Mer ?

16h00
La loi Lurel , Mode d'emploi

16h30
Atelier énergie

17h30 : Fonds Biome

GVS immobilier



Résidence Acqualina

Résidence Acqualina

Exceptionel
Face à la nouvelle marina de l'étang z'abricot

GVS immobilier

à le plaisir de vous présenter :

ACQUALINA

DÉFISCALISATION 2013
LOI GIRARDIN et DUFLOT DOM
Livraison 1er trimestre 2014

Résidence de grand standing sécurisée, très belles prestations, située face à la nouvelle marina de l'étang z'abricot. La résidence Acqualina est composée de 27 logements du T1 au T4.

FNAIM

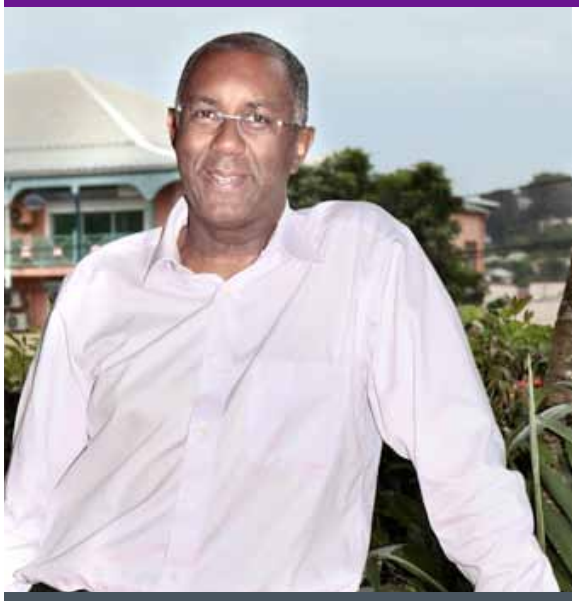
GVS PROMOTEUR

Transaction - Location - Défiscalisation

GVS Immobilier : 0596 **71 56 56** - 0696 **45 07 42** - Email : **gvsimmo@gmail.com**

www.gvsimmo.com

LE MEDEF MARTINIQUE



PHILIPPE JOCK, PRÉSIDENT DU MEDEF MARTINIQUE

Qui sommes-nous ?

Le MEDEF Martinique est la représentation locale du «MOUVEMENT DES ENTREPRISES DE FRANCE – MEDEF » Il a pour objet de :

• Défendre les intérets matériels et moraux de ses adhérents et, plus généralement, des entreprises de Martinique. À ce titre, il s'attachera notamment, à établir entre ses membres l'unité de vues et d'actions nécessaires pour définir et promouvoir une politique visant à favoriser le développement des entreprises et le progrès économique et social de la région Martinique.

• D'apporter à ses membres tous concours et services utiles à leur activité ; de créer et d'animer des services interentreprises, en particulier ceux qui sont rendus obligatoires par la loi ou par les conventions.

• D'assurer la représentation interprofessionnelle des entreprises de Martinique auprès des organisations d'employeurs nationales ou internationales, des pouvoirs publics à l'échelon local, national ou communautaire, de toutes institutions ou organisations à caractère économique ou social, des syndicats et confédérations de salariés, ouvriers, employés ou cadres et auprès de l'opinion publique.

CONTACT
TÉL. 05 96 75 42 50
WWW.MEDEF-MARTINIQUE.FR
FACEBOOK/MEDEFM
TWITTER/MEDEFM

Le MEDEF Martinique pourra également assurer la représentation d'un de ses adhérents, pour toute action ou négociation professionnelle, sur demande expresse de celui-ci.

Qui peut être adhérent au MEDEF ?

Toutes les entreprises du moment qu'elles soient installées en Martinique, quelle que soit leur activité et quelle que soit leur taille.

Le MEDEF est donc mobilisé en permanence sur tous les grands sujets économiques comme :

- Le dispositif de la Loi des Finances 2013
- La remise en cause des dispositifs économiques ou fiscaux de développement, et ce, en étroite collaboration avec l'Equipe de la FEDOM

Nous sommes aussi mobilisés dans le domaine social, avec, entre autres le lancement cette année d'un thème commun de réflexion entre patronat et syndicats dans le cadre d'un dialogue social territorial.

Nous entendons aussi intensifier notre bataille pour l'emploi, en donnant la priorité à la jeunesse et ainsi préparer l'avenir. Le MEDEF veut agir pour la société de demain, notamment avec le partenariat du Forum des métiers du Lycée Acajou II : une occasion de rapprocher le monde de l'éducation à celui de l'entreprise et ainsi éclairer les lycéens, de facon concrète, sur les opportunités et les difficultés du marché.

Le MEDEF souhaite agir en faveur du Paquet Emploi Jeune, et ainsi interpeller le Préfet et les Parlementaires pour envisager une déclinaison en Martinique :

• Faciliter la transition entre l'école et la vie professionnelle grâce à des
dispositifs de garantie permettant aux moins de 25 ans de recevoir une offre de qualité en matière d'emploi, de formation complémentaire, d'apprentissage ou de stage, dans les quatre mois suivant la sortie du système scolaire ou la perte d'emploi

• Améliorer la qualité et l'offre des formations en apprentissage

• Offrir aux jeunes davantage de possibilités de travailler et de se former à l'étranger.

GVS immobilier

Exceptionel
Idéalement situé sur l'ancienne route de Schœlcher

Les Jardins de Primavera

GVS immobilier

à le plaisir de vous présenter :

PRIMAVERA

DÉFISCALISATION 2013
LOI GIRARDIN et DUFLOT DOM
Livraison 1er trimestre 2014

Résidence de standing sécurisée, très belles prestations, idéalement bien située au 85 avenue Condorcet sur l'ancienne route de Schoelcher, proche de toutes commodités. La résidence Les Jardins de Primavéra est composée de 16 appartements du T1 au T3.

FNAIM

GVS PROMOTEUR

Transaction - Location - Défiscalisation

GVS Immobilier : 0596 **71 56 56** - 0696 **45 07 42** - Email : **gvsimmo@gmail.com**

www.gvsimmo.com

VEOLIA PROPRETÉ CARAÏBES

Tri à domicile

Stéfan Ducène, directeur régional Veolia Propreté Caraïbes, nous présente un service de collecte et de tri sélectif des déchets ménagers et assimilés exclusif aux Antilles, qui apporte des solutions appropriées aux Collectivités locales. Afin de faire du déchet une véritable ressource, la plateforme mobile de tri et de collecte se déplace directement dans les communes et les zones d'activités et industrielles. Son nom : Moving'Tri. Ouvrez l'œil, elle passera bientôt près de chez vous.

Veolia Propreté Caraïbes
28 avenue des Arawaks – Châteauboeuf
97200 Fort de France
Tél. 0596 700 611 – 0696 412 738
stefan.ducene@veolia-proprete-caraibes.fr

Comment est né ce projet ?

C'est un projet que je porte depuis plus de trois ans.

Très vite en arrivant en Martinique j'ai pris conscience que nous étions sur un territoire insulaire où la problématique des déchets n'est pas la même qu'en métropole.

Il nous faut des solutions locales et appropriées au territoire. J'ai une certaine sensibilité à l'écologie, au respect de l'environnement… il est pour moi essentiel de mettre l'homme au cœur du développement durable, en alliant le social, l'économique et l'environnemental.

La plateforme mobile est-elle une idée récente ?

C'est en cherchant un moyen de penser autrement la collecte et le tri que j'ai eu cette idée d'une déchetterie mobile qui irait à la rencontre des personnes, et non l'inverse.

Le concept existait en Métropole (créé par Aymar de Seroux de Cepra Environnement) : après quelques années de présentation du projet aux élus, Veolia a vendu une première déchetterie aux entreprises Belliard qui l'exploitent en exclusivité à la Martinique.

Quels sont les avantages de Moving'Tri ?

Il apporte des solutions pertinentes aux collectivités, ainsi que de nombreux avantages. Aujourd'hui, le traitement des déchets coûte de plus en plus cher, or plus le tri est important et optimisé, moins le coût de traitement en est élevé. C'est une économie d'échelle conséquente.

En outre, les collectivités font des bénéfices via l'augmentation des recettes par le soutien au recyclage des éco-emballages (acier, aluminium, papier, verre, déchets verts, encombrants etc.) C'est aussi un bon moyen de réduire les coûts de transport et de traitement des déchets ultimes, c'est à dire qui ne sont pas recyclables.

Quel en est le fonctionnement concret ?

La déchèterie mobile se rapproche des gisements de production. Actuellement, la Martinique ne compte que six déchetteries fixes, contre vingt-cinq prévues à l'origine.

C'est très insuffisant pour les besoins effectifs de la population. Moving'Tri a la capacité de se déplacer partout et d'être planifié comme le souhaitent les collectivités. C'est aussi un facteur de création d'emploi et de sensibilisation des personnes au tri sélectif.

Concrètement, il suffit de relayer l'information auprès du public via des prospectus en indiquant le lieu, le jour et les horaires de fonctionnement de la plateforme de collecte et de tri, et chacun peut s'y rendre librement, assisté bien entendu sur place par l'agent de déchetterie qui saura guider et conseiller les usagers. La déchetterie mobile est LA solution d'avenir.

VEOLIA PROPRETÉ

IMPRIMERIE

Dream PRINT

MIEUX QUE LE HARD DISCOUNT...

LES OFFRES GRATUITES

★ EDITION LIMITÉE ★

300 CARTES DE VISITE
dim 9 x 5cm
imp quadri sur couché 300g
GRATUIT*

89€ HT*
50 Cartes de visite PVC + 50 GRATUITES
Dim 8,5 x 5,5cm
Imp sur pvc 0,75

126€ HT*
Banderole 3m x 60cm + 1 GRATUITE
imp quadri sur bâche pvc 450g + oeillets

59 € HT*
250 Flyers 10x15 + 250 GRATUITS
dim 10 x 15cm
imp quadri sur couché 135g

267€ HT*
Beach Flag 2,50m + 1 GRATUIT
imp quadri sur toile drapeau
1 mât et 1 pied inclus

119€ HT*
Kakémono 60 x 160cm + 1 GRATUIT
imp quadri sur bâche pvc 450g + oeillets
+ 1 support XPO

99€ HT*
10 Affiches 40 x 60cm + 4 GRATUITES
imp quadri sur papier 135g

* Promotions valables jusqu'au 31 Mars 2013 - Voir conditions en magasin - Tarif hors taxes et hors maquette

IMPRIMERIE DREAM PRINT
TÉL. : 0596 70 53 01 - Fax : 0596 70 53 02
138 route des religieuses -97200 Fort de France
info@dreamprint.fr - www.dreamprint.fr

IMPRIMERIE DREAM DECO
TÉL. : 0596 745 730 - Fax : 0596 63 84 93
ZI La Taupinière 97223 Diamant
Email : dreamdeco@orange.fr - www.dreamdeco.fr

MEDIASERV ENTREPRISES

La bonne alternative !

Qu'est-ce que Mediaserv Entreprises ?

Gérard Alfred (Ingénieur commercial Entreprises Martinique) : Mediaserv est un opérateur télécom présent dans les DOM capable d'apporter une offre alternative au grand public comme aux entreprises, auxquelles notre branche dédiée amène des solutions adaptées à la réalité de leurs besoins. C'est un pôle pour les professionnels et les entreprises, composé d'équipes techniques et commerciales propres à chaque département et d'un call center spécifique.

Nous proposons un catalogue complet d'offres télécom que nous savons adapter aux demandes de nos clients car c'est la grande problématique rencontrée par notre clientèle : comment concilier des besoins techniques précis avec des solutions économiques et surtout pérennes ? Notre disponibilité, notre proximité et la grande compétence de nos équipes rendent possible la réponse à une grande diversité de besoins. De nombreuses entreprises domiennes nous font confiance : Mediaserv Entreprises a réalisé en 2012 un chiffre d'affaires de 5,6 M€.

LA QUALITÉ PROFESSIONNELLE AU MEILLEUR PRIX ET SANS COMPROMIS SUR LA FIABILITÉ, C'EST AUJOURD'HUI POSSIBLE AVEC MEDIASERV ENTREPRISES

Que recherchent la plupart de vos partenaires ?

Avant tout une prestation de qualité, puis éventuellement une alternative économique à leur système actuel. Le prix n'est pas toujours la composante essentielle, car les professionnels ont besoin de travailler de façon efficiente. D'ailleurs, les équipes de Mediaserv Entreprises réalisent un audit gratuit afin de réduire vos coûts.

Quel est votre rôle au sein de de la branche entreprise ?

Je suis ingénieur commercial Entreprises Martinique. J'ai donc pour mission principale de développer et de pérenniser le parc de Mediaserv Entreprises. À ce titre, je dois anticiper les besoins, actuels et futurs, de mes clients ou prospects, et toujours proposer des solutions techniques innovantes. J'occupe un poste transversal clé, qui regroupe à la fois les compétences techniques et les connaissances économiques me permettant d'appréhender les problématiques des entreprises martiniquaises.

Comment vous y prenez-vous par exemple ?

Il faut être féru de technologie et savoir où et comment s'informer. Être en avance, tel un véritable passionné. Consulter beaucoup de sites et de forums, lire de nombreuses parutions… c'est un loisir couplé au travail ! Ce qui m'anime, c'est le goût du rapport avec ma clientèle, le plaisir de les accompagner dans leur développement, leur recherche d'efficacité opérationnelle et de réductions de coûts. Je garde en objectif permanent la satisfaction client.

Quelles seraient selon vous trois bonnes raisons de faire appel à Mediaserv Entreprises ?

La fiabilité de notre réseau, la proximité et le partenariat créé avec la clientèle, et enfin la flexibilité de nos solutions. Nous ne forçons jamais les entreprises à se plier à un catalogue de solutions toutes faites.

CONTACTEZ MEDIASERV ENTREPRISES :
SUR SON SITE WEB
http://entreprises.mediaserv.com
SERVICE CLIENTS 0811 570 570
GÉRARD ALFRED : 0696 26 54 43

99,5%(*)

DE DISPONIBILITÉ
POUR L'ENSEMBLE DE NOS SERVICES

Accès internet • Interconnexion • Téléphonie • Services à valeur ajoutée

mediaserv ENTREPRISES

SIMPLIFIONS **ENSEMBLE** LA TECHNOLOGIE

0811 570 570 | **entreprises.mediaserv.com**

(prix d'un appel local depuis un fixe)

(*)Taux de disponibilité minimum sous réserve des conditions contractuelles applicables à chaque service. Offres soumise à condition, notamment d'éligibilité technique.
Voir détails et conditions sur www.entreprises.mediaserv.com

MEDIASERV ENTREPRISES est une marque déposée par Mediaserv - SAS au capital de 1 000 000 € - Tour Sécid 6e étage - Place de la rénovation - 97110 Pointe-à-Pitre - RCS Pointe-à-Pitre 351 555 792 /

ERIC RENARD

Comment fonctionne votre service de livraison rapide ?

La position de nos quatre restaurants nous permet de couvrir un secteur allant de Schoelcher jusque Ducos, et de l'église de Redoute jusqu'au Lamentin, soit une superficie englobant 80% de l'activité économique de la Martinique. Nous comptons l'agrandir encore prochainement, avec l'ouverture courant avril d'une nouvelle enseigne à Ducos Champigny qui nous permettra de livrer jusqu'à Génipa : voilà un scoop pour les lecteurs du Madinmag !

Qu'est-ce qui selon vous explique le succès de Linas depuis toutes ces années ?

Nous sommes un service de restauration rapide qui propose des repas de première fraîcheur. C'est sans doute la clé de la fidélisation de notre clientèle. On peut manger chez nous en quelques minutes, ce que recherchent les personnes actives dont la pause déjeuner est souvent courte.

Pourtant, la livraison sur place ne connaît pas l'essor que l'on pourrait croire ?

Le système tourne bien, mais il pourrait être nettement plus efficace, et donc bénéficier à nos clients. Nous avons les moyens techniques de proposer un service plus important qu'il ne l'est à l'heure actuelle (huit livreurs sont au service de nos clients, bientôt dix), ce qu'il nous manque ce sont… les commandes ! Car un grand nombre de nos clients préfèrent encore venir sur place, alors qu'il est parfois plus simple d'attendre tranquillement que sa commande arrive.

Comment l'expliquez-vous ?

Il y a une certaine habitude de faire les choses à la dernière minute (rires.) Plus sérieusement, peut-être que les gens n'y pensent

fast and good

Voici dix-sept ans que l'enseigne Lina's régale midi et soir les martiniquais. Un service de qualité bien connu des aficionados des repas rapides dignes d'une préparation chez le traiteur. Pourtant, les Lina's ne sont pas uniquement des magasins fixes : la livraison rapide à domicile ou sur le lieu de travail existe depuis la création du premier restaurant. Une possibilité encore peu exploitée par la clientèle qui ne demande pourtant qu'à se développer afin de faciliter le confort de tous. Eric Renard, le responsable d'exploitation, revient en quelques points sur ce menu à la carte.

pas avant d'en avoir envie. Or ils seraient gagnants en passant commande à l'avance : plus celle-ci est effectuée tôt, plus nous garantissons la ponctualité de la livraison. Il est possible de commander chez nous dès 7h le matin, voire même la veille pourquoi pas ? Notre service est très souple et s'adapte à tous types de demandes : nos livreurs sont véhiculés à moto et réalisent 90% de leurs prestations en moins de trente minutes. Mais

IL EST PARFOIS PLUS SIMPLE D'ATTENDRE TRANQUILLEMENT QUE SA COMMANDE ARRIVE

comme 60% des commandes sont encore réalisées entre 12h et 14h, il y a nécessairement parfois des encombrements. En planifiant les commandes plus à l'avance, nous pourrions les regrouper par secteur dès l'ouverture du service et faire bénéficier nos clients d'une qualité de livraison accrue.

Vous êtes parfois critiqués sur vos tarifs plus élevés qu'ailleurs, comment le ressentez-vous ?

Certaines personnes trouvent que nos tarifs sont chers, mais il faut les mettre en perspective avec la qualité du service et de la nourriture que nous proposons. Je me dis que si nos clients reviennent c'est qu'ils sont satisfaits, n'est-ce pas ? Nous pouvons justifier nos prix sans en avoir honte grâce à la qualité de notre offre : filet de dinde rôtie, saumon fumé, pastrami, roquette, vinaigre balsamique… nos produits sont spécifiques et uniques, et on ne les retrouve pas chez les autres enseignes de sandwicherie ou de saladerie. En outre, nous ne servons que de l'ultra-frais : les sandwiches sont fabriqués devant le client, c'est du sur-mesure, et les gens ne s'y trompent pas.

LINA'S

LinkedIn et Viadeo : un bon moyen de booster votre e-réputation

PAR FRANÇOIS BRICHANT

Quand on parle de plateformes sociales sur le net, Facebook et Twitter sont toujours les plus citées. Mais il existe aussi des plateformes moins globales et plus ciblées sur le business. Parmi elles, Viadeo et LinkedIn sont devenues incontournables. Si Viadeo est français, LinkedIn lui, nous vient des Etats-Unis. Leader loin devant Viadeo avec ses 180 millions de membres dans le monde, il s'est imposé jusque sur le territoire français.

Ces plateformes sociales ont trouvé leur modèle économique

Leur mode de fonctionnement est simple. Les utilisateurs, qu'ils soient en recherche d'emploi ou en poste, y remplissent gratuitement leur profil sous forme de CV, puis enrichissent leur réseau en s'invitant mutuellement. De leur coté, les entreprises et les cabinets de recrutement s'y réfèrent de plus en plus pour leur recherche de candidats et le développement d'opportunités business, principalement dans le secteur des services.

Sur LinkedIn, avec 2 CV par seconde, c'est une immense base de donnée qui s'est créée depuis 2003 (année de création de la plateforme). Une matière première que le réseau social valorise auprès des entreprises en leur fournissant des outils de ciblage payants pour leurs recrutements. Le modèle économique fonctionne : LinkedIn affiche un chiffre d'affaires de 900 millions de dollars en 2012, en hausse de 71%, et son effectif est passé de 700 à 3 700 personnes en 2 ans.

Mais LinkedIn et Viadeo ne sont pas que de vastes galeries de CV. À côté des millions de profils, il y a aussi des pages. Ces pages permettent aux entreprises de se présenter au grand public, de recruter et de faciliter leur développement dans une économie de plus en plus globalisée. Conséquence directe de l'audience grandissante de ces plateformes, on retrouve désormais systématiquement les pages et les profils LinkedIn (Viadeo dans une moindre mesure) dans le haut des résultats de recherche de Google. Faites le test, c'est flagrant. Vous l'aurez compris, si vous êtes chef d'entreprise, vous devez soigner votre e-réputation sur ces plateformes.

Les clés d'un bon référencement

Commencez par créer votre propre profil si ce n'est pas encore fait. Ensuite, créez la page de votre société en prenant le temps de bien remplir tous les champs qui s'offrent à vous : associez votre marque à une identité visuelle claire et donnez un maximum de renseignements. Faites tout pour faciliter la prise de contact de ceux qui vont vous trouver. Choisissez des mots-clés concrets qui résument bien votre activité, et mettez en valeur vos produits et services. La cerise sur le gâteau, c'est si vous partagez vos articles de presse et vos news sur votre page. Vous donnerez ainsi une image dynamique et attractive, et profiterez d'un canal de com' ciblé.

Une bonne e-réputation vous permettra d'attirer de nouveaux clients et peut-être de générer des ventes. Les plateformes B to B sont devenues stratégiques et vous coûteront juste un peu de temps passé pour l'améliorer.

RETROUVEZ LA MINUTE DE LA COM'
SUR MARTINIQUE 1ERE "EN RADIO"

Toutes les annonces sont maintenant sur

cyphoma

AUTO - MOTO
IMMOBILIER
NAUTISME
DÉCORATION
MODE ET ACCESSOIRES
EMPLOI
...
WWW.CYPHOMA.COM

plus de 23 000 fans
en Martinique

DOMINIQUE NICOLAS, DROIT PUBLIC

Issu de la fonction territoriale, il s'est spécialisé dans le droit public. Une spécialité pour laquelle la demande est forte. Son regret : qu'après avoir fait appel à des cabinets métropolitains, les collectivités ne se retournent maintenant vers les avocats locaux que parce que leurs moyens sont moindres. Il parle d'un « colonialisme intégré ».

LAURIE CHANTALOU-NORDE, DROIT PÉNAL GÉNÉRAL ET DES AFFAIRES, IMMOBILIER ET COMMERCIAL

À l'instar de son collègue, elle déplore le manque de connaissance et de reconnaissance, cette fois par certaines entreprises privées, des compétences présentes localement. La vision de l'apport d'un avocat varie selon le profil des dirigeants. Son expérience clientèle lui démontre que beaucoup de jeunes chefs d'entreprises ont pris conscience de l'intérêt de l'intervention de l'avocat, après avoir tiré les leçons des erreurs de certains de leurs aînés, et comprennent que les modèles d'actes laconiques téléchargés sur internet ne sauraient remplacer l'avocat rédacteur d'acte et Conseil.

Les risques encourus par les dirigeants d'entreprise au regard du droit pénal des affaires, nécessitent impérativement l'assistance de l'avocat dans le cadre d'une relation de confiance en amont, et le cas échéant dans le cadre judiciaire.

RÉGINE ATHANASE, DROIT IMMOBILIER, BANCAIRE ET COMMERCIAL

Si le rôle de l'avocat est pleinement compris des « grandes entreprises », les dirigeants des TPE s'adressent à un avocat quand il est trop tard. Les conséquences de la grève de 2009 continuent de se faire ressentir : le nombre d'audiences pour procédure collective (cessation de paiement, liquidation) est en augmentation (2 par semaine).

CORINNE BOULOGNE YANG-TING, MAÎTRE DE CONFÉRENCE, DROIT IMMOBILIER, PÉNAL, DES SOCIÉTÉS ET DES PROCÉDURES COLLECTIVES

Son constat est double : l'absence d'une culture de l'avocat à la Martinique et l'utilisation par certaines entreprises des procédures collectives comme mode de gestion. Une pratique selon elle qui mériterait d'être mieux surveillée.

ANNIE CHANDEY, DROIT PÉNAL, DE LA FAMILLE ET DES AFFAIRES

Les entreprises doivent arrêter de penser que l'avis de leur expert-comptable suffit. Il les conseille en effet également dans les domaines du droit du travail et la fiscalité, alors que ce ne sont pas ses domaines de compétence premiers.

CATHERINE RODAP, DROIT BANCAIRE, SOCIAL ET ASSURANCE

Ancienne secrétaire du Conseil de l'Ordre pendant trois ans. Elle est, après 22 ans de carrière, très attentive à la qualité de la relation avocat/client ; laquelle est d'autant plus essentielle en ces temps difficiles. La Martinique est fortement éprouvée par la crise économique, la traduction immédiate en est le nombre important de dépôts de bilan des entreprises. Les banques, tout en restant à l'écoute des entreprises, au titre de leurs demandes de financement en consolidation ou en restructuration, font preuve de la plus grande vigilance afin d'éviter à juste titre tout soutien abusif.

PHILIPPE EDMOND MARIETTE, DROIT PÉNAL ET DES VICTIMES

Pour cet ardent combattant de l'injustice, avocat depuis 32 ans, les entreprises Martiniquaises sont aujourd'hui en pleine dépression économique. Il faut leur permettre d'améliorer leur productivité. Elles seules peuvent générer l'emploi. Par exemple, trouver des « procédures de compensation » pour les entreprises mises en difficulté par le non-paiement de leurs factures par les collectivités.La justice pénale porte sur l'entreprise un regard nourri de suspicion, bien souvent immérité. Aussi, les avocats sont des interlocuteurs privilégiés entre Justice et Entreprise. Toutefois, il déplore l'absence par le barreau d'un plan de développement et de marketing envers le monde de l'entreprise permettant de montrer et démontrer le savoir-faire des avocats martiniquais. Car, au barreau de Fort-de-France, il y a de multiples talents.

PASCALE MOURIESSE, DROIT DE LA FAMILLE ET PÉNAL

Egalement vice-présidente du MEDEF, son constat est double :

- la fin de la défiscalisation a une incidence directe sur l'intensité de l'activité économique
- et, fait marquant, les difficultés des entreprises rejaillissent sur la vie de couple de leur dirigeant par une incidence directe sur le nombre de divorces constaté.

LE DÎNER DE MIRELLA

CI-DESSOUS DE GAUCHE À DROITE : CORINNE BOULOGNE YANG-TING, LAURIE CHANTALOU-NORDE, DOMINIQUE NICOLAS, CATHERINE RODAP, RÉGINE ATHANASE, PASCAL BARAT.

PHOTO DE GROUPE : ASSIS ET DE GAUCHE À DROITE : PASCALE MOURIESSE, CATHERINE RODAP, PHILIPPE EDMOND-MARIETTE, CORINNE BOULOGNE YANG-TING, LAURIE CHANTALOU-NORDE, RÉGINE ATHANASE,DEBOUT ET DE GAUCHE À DROITE : ANNIE CHANDEY, DOMINIQUE NICOLAS, MIRELLA CHANTALOU, PASCAL BARAT.

La Martinique, terre de talents et de créativité

Au cœur du quotidien de l'entreprise, la nature intrinsèque du métier d'avocat en fait un excellent baromètre du contexte économique d'une région. Ce dîner fut l'occasion de faire le point sur l'exercice de leur métier, ainsi que sur leur perception de la situation, à la Martinique, des entreprises publiques et privées.

MERCI À TOUS : AU RESTAURANT LE COTTON CLUB, À NICOLAS FEUILLATE, À BRIGITTE ROBINEL ET À LA BOUTIQUE CLAIR MATIN.

SENSATION COFFEE SHAKE

Ils sont jeunes et viennent de fêter l'anniversaire de leur entreprise en la déménageant de quelques mètres et surtout en agrandissant par dix l'espace consacré à la gourmandise. Vos yeux ne feront qu'un tour vers la vitrine de glacier avec plus de 30 parfums disponibles et en rotation

régulière pour vous faire découvrir de nouvelles saveurs. Buuble Gum, Bounty, Cookies, etc. il sont tous là !

Un choix de glaces artisanales fabriquées par un Maître Artisan Glacier. 46 rue Ernest Desproges 97200 Le Fort-De-France, Tél 0596 73 61 92 ouvert de 8h00 à 00h00. Madinmag et Bellemartinique souhaitent longue vie à cette jeune entreprise.

LA FOIRE EXPO DE MARTINIQUE 2013

VEC CUBA À L'HONNEUR, THÉÂTRE EXCEPTIONNEL DE RENCONTRES ENTRE PROFESSIONNELS ET LE PUBLIC MARTINIQUAIS.

La Foire Expo rassemble, pendant 5 jours, sur le Stade Pierre Aliker de Dillon, à Fort-de-France, des professionnels de tous métiers : des produits caribéens, à l'automobile, en passant par le prêt-à-porter... Ce marché des produits et services de tous les secteurs est le rendez-vous incontournable annuel en Martinique, attendu par les professionnels et les particuliers !

RETROUVEZ LES ANIMATIONS DE LA BMTV.TV PENDANT 5 JOURS DE DIRECT

LA BMTV.TV EST UN VRAI STUDIO TV SUR LA FOIRE EXPO !
Le lieu de rendez-vous entre visiteurs et exposants valorisant leurs savoir-faire au travers d'interviews, démonstrations de produits, rencontres avec les exposants (interviews) et les invités de la Foire Expo : des artisans, musiciens et danseurs cubains venus répondre aux questions du public ; animations pour le public : jeux-cadeaux (Quiz Cuba* pour gagner 100 €d'achats sur le Pôle Cuba), cours de cocktails cubains, participation au Concours de chant entre visiteurs (Martiniquais, à vos Talents !**), etc.

Gastronomie

Le livre indispensable dans votre cuisine « La Cuisine Antillaise de ma Grand-mère »
Un livre au format de 150x210, Broché avec couverture couleurs et

328 pages de recettes. Petit prix de 15€ Un livre unique en son genre, près de 400 recettes légères, rapides et simples à réaliser à base de légumes, fruits, poissons, viandes et volailles. Cet ouvrage fera entrer le soleil et mettra une touche d'exotisme dans votre cuisine.

Le saviez-vous ? Combien d'espèces d'arbres trouve-t-on dans l'île ?

La Martinique compte 396 espèces d'arbres dont 20% sont endémiques des Petites Antilles. Cependant, 56 d'entre elles sont en danger d'extinction locale et 12 sont en danger d'extinction totale à cause de l'altération des habitats naturels et des prélèvements effectués. La Martinique possède des arbres remarquables par leur hauteur, leur rareté, leur forme particulière, leur âge et le CAUE (Conseil d' Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement) les a recensés afin de mieux les protéger et les valoriser. (« Extrait de La Martinique en 200 questions-réponses, Editions ORPHIE en boutique sur www.bellemartinique.com)

SÉMÉ

TE LITHO

L'Excellence, what else ?

Créée par Sémé Te Litho, l'Excellence rayonne sur plusieurs départements de la Caraïbe et propose ses compétences aux collectivités et entreprises soucieuses de valoriser leur image de marque et de promouvoir leurs produits et réalisations au travers d'une communication adaptée. Le temps d'un sourire, sa responsable nous en présente les atouts. L'Excellence, what else ?

L'EXCELLENCE N'EST PAS UN SIMPLE MOT D'ACCROCHE PUBLICITAIRE : C'EST VÉRITABLEMENT NOTRE DEVISE.

Présentez-nous la genèse de votre société…

Après un parcours professionnel riche en expérience dans l'événementiel, j'ai décidé en 2012 de fédérer autour de moi une équipe de professionnels en créant ma propre agence de communication-événementielle. Je connais mes points forts et je suis heureuse de mettre mes capacités au service des personnes qui désirent bénéficier des meilleures prestations.

Quelles sont vos exigences en matière d'événementiel ?

La créativité et l'imagination sont les maîtres mots qu'il faut savoir conjuguer. Ma priorité est de répondre à la clientèle en terme d'exigence, de respect des budgets, mais aussi et surtout de pouvoir les surprendre en choisissant la prestation qui correspond le mieux à leur image.

Comment vous y prenez-vous pour créer cette surprise recherchée ?

Il faut se montrer imaginatif, ambitieux, à la pointe de l'innovation et des nouvelles technologies… et un brin débrouillard ! Connaître les ressources dont on dispose, et être capable d'en trouver de nouvelles et de les mobiliser dans l'urgence du moment, c'est la clé d'un événement réussi dont les gens se souviendront.

Quels sont les atouts essentiels de votre activité ?

Comprendre, imaginer et concevoir, organiser, produire et communiquer. Ce sont les ingrédients indispensables sans lesquels on ne mène pas un projet à bien. Identifier et cerner les cibles et les publics, comprendre la personnalité de son client et établir une stratégie de communication, constituent la première étape de toute collaboration. Sur cette base, nous sommes en mesure de concevoir des événements originaux et techniques, alliant l'innovation et la créativité. Et c'est dans la mise en œuvre du projet que l'on donne toute sa mesure : établir un budget, un planning, rechercher les nombreux partenaires (hôtesses, service de sécurité, traiteur, orchestre, décorateur etc.) et coordonner toutes ces personnes afin que l'événement se déroule de façon idéale.

Quels types d'événements avez-vous, ou êtes-vous, en mesure de proposer ?

L'éventail des possibilités est très large : conventions, congrès, séminaires, lancements de produits, soirées d'entreprises, relations publiques, salons professionnels, team building, street marketing, anniversaires d'entreprises, défilés… nous touchons à tous les secteurs, et nous répondons également aux demandes des particuliers, comme les mariages, baptêmes, communions et anniversaires. L'Excellence n'est pas un simple mot d'accroche publicitaire : c'est véritablement notre devise.

Tél : 0696884477
Mail : lexcellence.ssdtl@yahoo.fr
Web : http://www.lexcellence.123siteweb.fr/

GUADELOUPE

MARS

PETIT-BOURG. KARUJET
DU 6 AU 24 MARS 2013.
BAIE-MAHAULT. CONCERT
DE SEXION D'ASSAUT AU STADE
DE BAIE-MAHAULT LE 17 MARS.
MORNE À L'EAU. FÊTE DU CRABE
DU 23 MARS AU 31 MARS.

AVRIL

TROIS-RIVIÈRES. ARTIFLORE WEEK-END
FLORAL ET ARTISANAL 6 ET 7 AVRIL
À L'ÉCOLE MIXTE.
TÉL : 0590.92.77.01 - 0690.73.08.74
LAMENTIN. TERRA FESTIVAL,
FESTIVAL DU FILM DE
L'ENVIRONNEMENT
ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
DU 12 AU 22 AVRIL.
TÉL : 0590 28 69 31
BASSE-TERRE, LAMENTIN. CARIBULLES.
FESTIVAL CARIBÉEN DE LA BD ET DES
MANGAS DU 22 AU SAMEDI 29 AVRIL.

Plus de détails sur ces évènements sur Coconews. Sur Coconews Guadeloupe, Martinique et Guyane, retrouvez notre guide des locations saisonnières pour les vacances et les sites et plages à découvrir sur ces territoires.

COCONEWS

GUYANE

MARS

SAINT-LAURENT. DÉFILÉ DE CHARS
POUR LA MI-CARÊME
JEUDI 14 MARS DE 16H À 19 H
SAINT-LAURENT-DU-MARONI
LES PIROGUES MUSICALES.
DU 04 AU 10 MARS.
TÉL : 0594 341 945
CAYENNE. LE CONCOURS RÉGIONAL
DE LA CND GUYANE LE 24 MARS 2013
À L'EN.C.RE. TÉL : 0694 21 08 54 -
0594 30 68 76
CAYENNE. VENTE DE BOUILLON

D'AWARA LE 31 MARS À 13H AU LOCAL
DE LA CITÉ GRANT. TÉL : 0694 00 15 65.

AVRIL

CAYENNE, MACOURIA, FESTIVAL KOUTÉ
POU TANDÉ CONTES AMÉRINDIENS ET
CRÉOLES AU THÉÂTRE DE MACOURIA.
TÉL : 0594 29 24 70 - 0694 22 95 04
SAINT-LAURENT. LES TRÉTEAUX
DU MARONI FESTIVAL INTERNATIONAL
DES ARTS DE LA SCÈNE
DU 25 AU 28 AVRIL 2013
AU CAMP DE LA TRANSPORTATION.
TÉL : 05 94 34 26 88

MARTINIQUE

MARS

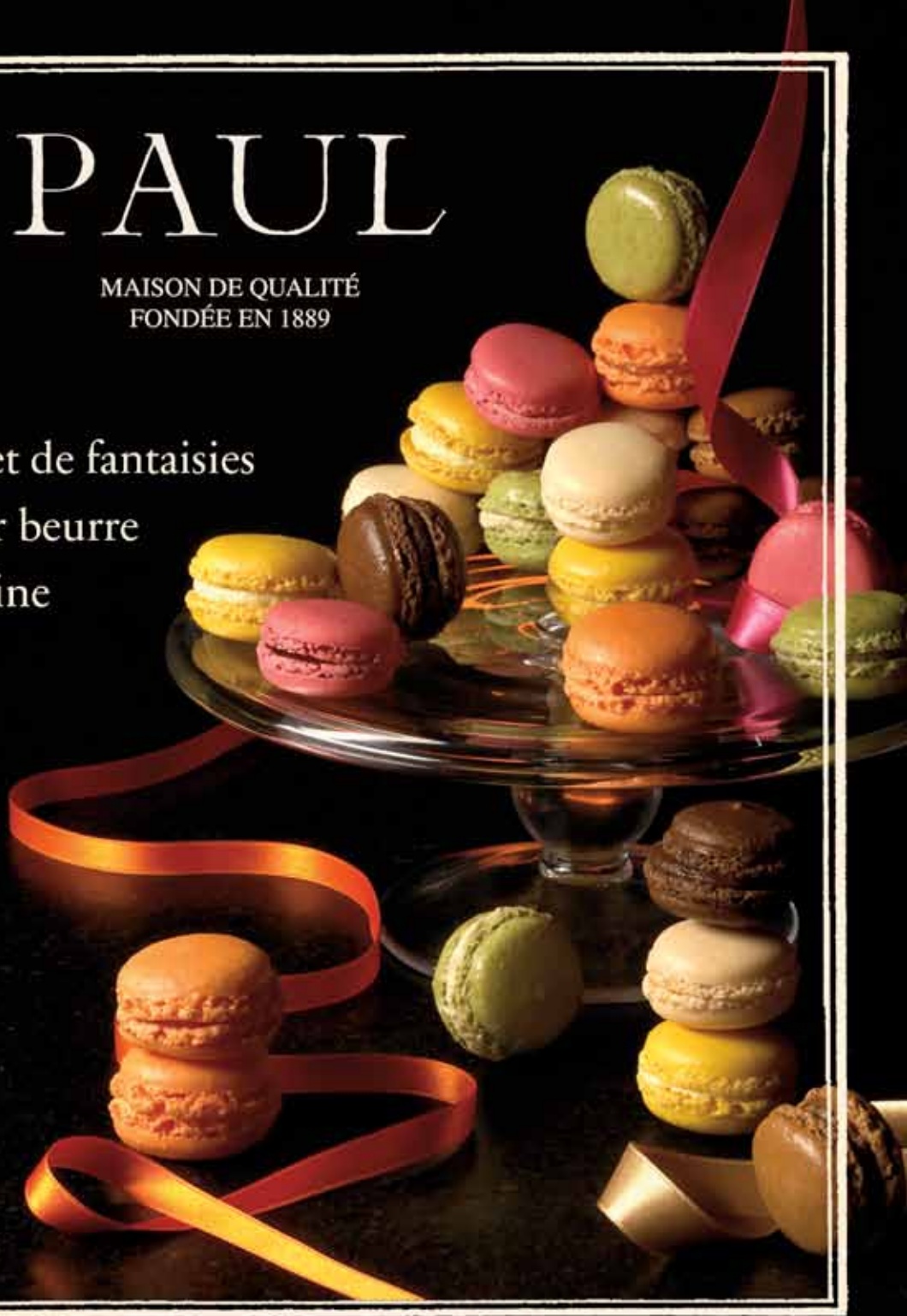
FORT DE FRANCE. FOIRE EXPO DU 6 AU
10 MARS AU STADE PIERRE ALIKER DE
DILLON. TÉL : 0596 61 16 32
FRANÇOIS. FESTIVAL DES NUITS
CARAÏBES À L'APPALOOSA À 20H00. TÉL
: 0690 61 94 04 - 0690 73 97 09 -0590
98 10 09
FORT DE FRANCE. VICTOR HUGO, MON
AMOUR AU THÉÂTRE AIMÉ CÉSAIRE RUE
VICTOR CÉSAIRE DU 13 AU 16 MARS.
TÉL : 0596594329 – 0696220727
FORT DE FRANCE. CONCERT DE SEXION
D'ASSAUT LE 15 MARS AU HALL DES
SPORTS LOUIS-ACHILLE.
TÉL : 0596 64 97 00
CARBET. ECO BEACH TENNIS
DU 28 MARS AU 1ER AVRIL 2013
SUR LA PLAGE DU CARBET.

AVRIL

FORT DE FRANCE. LES MISÉRABLES
AU THÉÂTRE AIMÉ CÉSAIRE RUE
VICTOR CÉSAIRE DU 17 AU 20 AVRIL.
0596594329 – 0696220727
TROIS ÎLETS. LA PATTE D'OR COURSES
DE CRABES, ANIMATIONS DIVERSES
PENDANT LES VACANCES DE PÂQUES
À L'ANSE MITAN.
SCHŒLCHER : SCHŒLCHER EN PINCES.
MANIFESTATION CULTURELLE AUTOUR
DU CRABE PLACE DE FONDS LAHAYE
PENDANT LES VACANCES DE PÂQUES

PAUL

MAISON DE QUALITÉ
FONDÉE EN 1889



Pains rustiques et de fantaisies
Viennoiserie pur beurre
Pâtisserie extra fine
Sandwichs
Salades
Restaurant
Salon de thé
Café
Traiteur

PAUL
MAISON DE QUALITÉ
FONDÉE EN 1889
Martinique

PAUL - Didier
Route de Didier
Restaurant au 1er étage de la villa
0596.73.16.60

PAUL - Ducos
Immeuble LAPEYRE
Zone de Petite Cocotte
0596.60.33.01

PAUL - Fort-de-France
La Roulotte
Centre Commercial
Cour Perrinon

Pour toutes vos commandes : paulmartinique@gmail.com

Retrouvez toute l'actualité gourmande sur Twitter et Facebook

@PAUL_Martinique

PAUL Martinique

AMERICAN BEAUTY

Gisèle Calvillo

L'ambassadrice de M.A.C Cosmetics était en visite à la Martinique afin de nous faire découvrir la célèbre marque de produits de maquillage venue tout droit des Etats-Unis et à qui les plus grandes stars du cinéma et de la chanson confient leur look depuis de nombreuses années.

« To look good all around the world », nous confie Gisèle Calvillo, de son plus beau sourire.
« Être beau en tout endroit du monde », telle est la devise d'une compagnie qui porte un soin très particulier à la proximité et au conseil de sa clientèle. « Nous ne sommes pas de simples vendeurs de produits cosmétiques.
Nos maquilleurs et maquilleuses sont considérés comme des artistes à part entière, des peintres, des créateurs de look, capables de réinventer le style d'une personne ou de souligner au mieux les caractères. »

Une ligne directrice qui a déjà su séduire des stars telles que Elton John et Lady Gaga, et qui vient d'ouvrir les portes de sa nouvelle enseigne à la Galleria depuis le mois de février. L'occasion pour tous les amateurs de mode et de glamour de découvrir la diversité d'une gamme qui n'en finit plus de conquérir les cœurs et les visages. Les produits adaptés aux conditions climatiques de nos régions sauront combler, n'en doutons pas, aussi bien les adolescentes que les working-girls.

« Vous savez, dit Gisèle Calvillo, j'aimerais rappeler que M.A.C Cosmetics est conçue comme une maison d'artistes qui mettent leur talent au service des amateurs de beauté et d'élégance.
Et en tant qu'artistes, notre sensibilité nous guide naturellement vers l'engagement et l'amélioration des conditions de vie.
C'est pourquoi nous avons créé la fondation M.A.C Aids, qui reverse aux organisations au service des personnes atteintes du SIDA 100% des gains réalisés sur la gamme de produits Viva Glam.
Ainsi, en échange du maquillage de leur choix, nos clients participent directement à ce financement.
C'est un investissement collectif pour le bien de tous. » (www.macaidsfund.org)

De Paris à Milan, en passant par New York, Rome et Miami, M.A.C Cosmetics met le savoir-faire et la créativité de ses artistes au service de la beauté et de l'élégance à travers le monde. Aujourd'hui, ils sont présents à la Martinique : il ne tient plus qu'à vous de découvrir la petite touche de magie qui fait leur différence.

Mes Trésors Beauty Box

Découvrez

Testez

Adorez

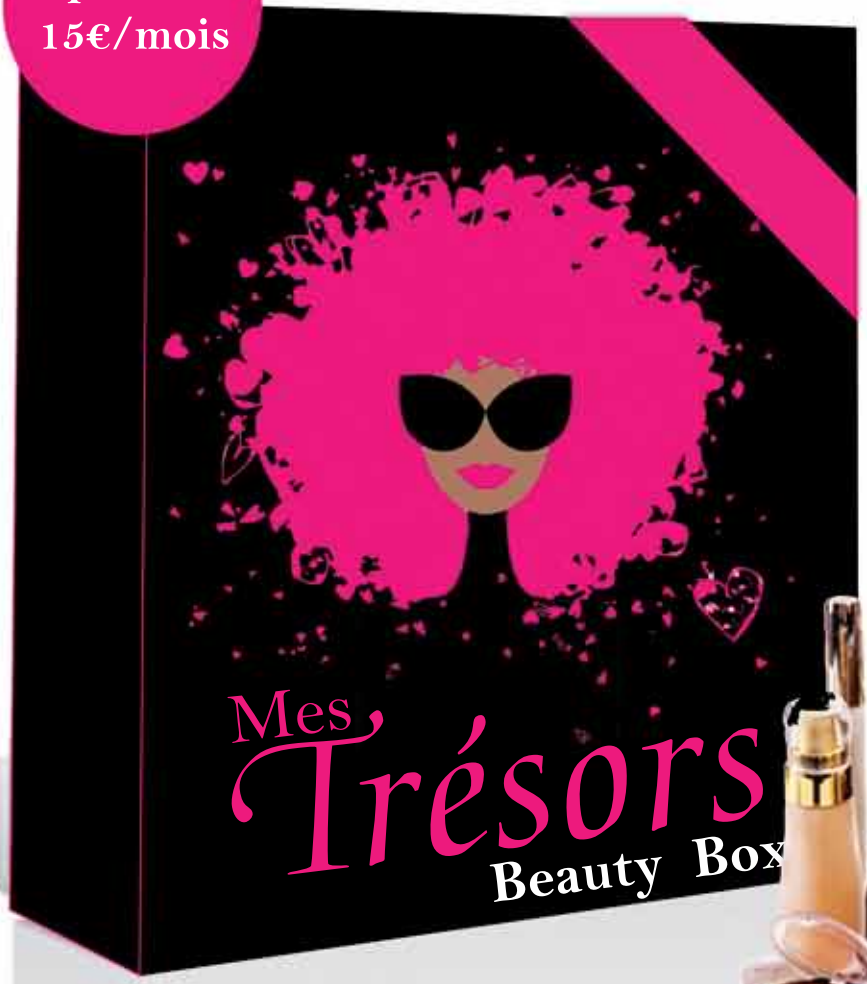
Tous les mois, je commande sur **www.mes-tresors.com**

1 coffret surprise Beauty Box Mes Trésors

et je reçois directement dans ma boîte aux lettres

5 produits + 2 cadeaux tendance

A partir de 15€/mois



Maquillage

Soins

Visage

Corps

Cheveux

Accessoires

Faites le plein de beauté !

Nuxe • Nivéa • L'Oréal • Activilong • Garancia • Soleil Noir • Esthederm • Bio-Beauté

www.mes-tresors.com

STÉPHANE GUYOT LERO

JUMP !

Peut-être les avez-vous aperçus dans les rues de Cayenne, ces coureurs un peu particuliers, perchés sur d'étranges chaussures ? Professeur formé à la pratique du Kangoo Jumps, Stéphane Guyot Lero, a développé cette activité en novembre 2011 sur le territoire guyanais.

D'où vient le Kangoo Jumps ?

Il proviendrait du Canada, où l'activité connaît un franc succès depuis une dizaine d'années. Conçue à l'origine pour les personnes fragilisées, en surpoids ou ayant subi une opération du genou, pour les astronautes dont le squelette avait été fragilisé par les séjours dans l'espace, la chaussure Kangoo Jumps aurait été brevetée en Suisse. Imaginée pour un usage thérapeutique, elle amortit 80 % des impacts du pied au sol. Sa conception incurvée a été pensée pour protéger l'organisme, ce qui en fait une activité plus douce que la course à pied classique pouvant être pratiquée par toute personne, de 7 à 77 ans.

IMAGINÉE POUR UN USAGE THÉRAPEUTIQUE, ELLE AMORTIT 80 % DES IMPACTS DU PIED AU SOL

Lancer le Kangoo Jumps en Guyane, c'était un peu « le grand saut » ?

Éducateur sportif détenteur du brevet d'État métiers de la forme, je travaillais avec Technogym en Martinique. Lorsque j'ai rejoint la Guyane, l'entreprise m'a proposé de développer l'activité. Actuellement, je dispense des cours de kangoo outdoor (course extérieure) et de kangoo dance (aérobic, abdos-fessiers) dans un centre de remise en forme.

Peut-on trouver le matériel adéquat en Guyane ?

Au centre, le prêt des chaussures est inclus dans l'abonnement des membres. Néanmoins, sur la durée, il est plus confortable de pouvoir disposer de son propre matériel. En cours individuel, dans le cadre du coaching privé, il est possible de louer les chaussures à la séance en raison de leur coût à l'achat (entre 200 et 250 €. Kangoo Jumps est une marque déposée, il faut être agréé pour proposer le matériel. Actuellement, je dispose de l'exclusivité de la distribution sur la Guyane.

Quelle est l'évolution de la pratique ?

Le développement du Kangoo Jumps est mondial. Cela fonctionne très bien en Europe de l'Est, en Hongrie particulièrement, où de grands événements de type Flash mob sont organisés.

En Guyane, entre 200 et 300 initiés auraient déjà été séduits par cette activité physique et conviviale ; en effet, si tous les muscles du corps sont sollicités, ceux des zygomatiques ne sont pas en reste ! Avec tous ces bénéfices, le Kangoo Jumps est promis à un bel avenir.

Le Sylver

BAR LOUNGE

AMBIANCE

Atypique et cosy. Au Sylver, on aime la soul, le jazz, parfois même la variété française et américaine. On y boit du rhum vieux de qualité en écoutant du Charles Aznavour. On déguste son verre, on hume l'atmosphère. Tout est apaisant et raffiné. Une ambiance de bar lounge unique, loin des sons habituels et des décorations froides et spartiates qui ont marqué les années 2000.

CLIENTÈLE

Le Sylver aime les trentenaires et plus, et ils le lui rendent bien. Aucun risque de croiser des bandes d'adolescents en cette contrée de détente et de sérénité, où l'on vient en couples ou entre amis pour profiter d'une soirée de qualité. Que l'on soit fortunés ou de bourse modeste, la carte est adaptée à tous et ne propose que des produits de qualité, quelle que soit la gamme désirée.

NUIT

Un bar lounge ouvert tard le soir au village créole de la Pointe du Bout, on en rêvait depuis longtemps. La demande était pressante, et l'attente fut longue. Aujourd'hui, le Sylver répond avec bonheur aux désirs des touristes comme des Martiniquais qui cherchent à se détendre autour d'un verre et de tapas raffinés : foie gras, saumon fumé, plateau de charcuterie fine et de fromages, le tout accompagné de bons vins et d'alcools savoureux.

ARGENT

Sylver comme l'argent, un métal précieux à la couleur sobre et élégante pour une ambiance apaisante. Sylver comme Sylviane, la créatrice et gérante du bar lounge prêt à vous accueillir.

ASSURANCE HABITATION

Une étude récente de l'INSEE indique, bien que les départements d'Outre-mer soient plus exposés aux risques naturels que la France métropolitaine, que seuls 52 % des ménages des DOM (contre 99% des ménages métropolitains) ont souscrit pour leur résidence principale une assurance habitation incluant la couverture des catastrophes naturelles. Ce faible taux de souscription pourrait s'expliquer en partie par des primes d'assurance élevées au regard du niveau de vie des ultramarins. Les résultats de cette étude suggèrent que l'habitat traditionnel individuel expliquerait en partie le faible taux de souscription dans les DOM : de nombreux ménages construisent eux-mêmes, parfois sans permis de construire, leur logement qui peut être inassurable.
Pour autant, le fait d'être locataire ou propriétaire accédant accroît la probabilité d'être assuré. En effet, les locataires ont l'obligation de s'assurer et une assurance habitation peut être demandée par la banque pour la délivrance d'un prêt immobilier.

AIDE AU LOGEMENT

Après avoir très peu évolué en 2012, les aides au logement sont revalorisées de 2,15 % au 1er janvier. Formulée par le gouvernement, la proposition de revalorisation a en effet été a cceptée par les administrateurs de la Caisse nationale des allocations familiales (Cnaf).

« Pour rappel, écrit Capital.fr le 18 décembre, près de 6,1 millions de locataires sont concernés par les aides au logement. Leur montant moyen est de 220 euros par mois, selon la Cnaf ». « Les aides au logement suivent ainsi la progression de l'indice de revalorisation des loyers (IRL), précise dossierfamilial.com. Dans le même temps, les plafonds de ressources pour accéder à ces aides sont revus dans les mêmes proportions, la participation minimale des allocataires se situant désormais quant à elle à 34,53 euros. »

FRAIS DE NOTAIRE : LES FRAIS REDUITS, C'EST FINI

Les particuliers revendant un logement acquis sur plans (VEFA) et achevé depuis moins de cinq ans ne sont plus assujettis à la TVA sur la vente, les acquéreurs de ces logements ne bénéficient donc plus de ce que l'on appelle les frais de notaire réduits. La vente est donc soumise aux seuls droits de mutation à titre onéreux. Pour le budget de l'acquéreur, cela fait malheureusement une grosse différence !
Par exemple, pour l'acquisition d'un appartement achevé en 2009 et revendu par son propriétaire pour un montant de 280000 €, le surcout pour l'acquéreur est de l'ordre de 4% à savoir qu'avec l'ancien dispositif (TVA) il s'acquittait de 6900 €avant le 31 décembre 2012 de « frais de notaire » contre 19100 €depuis le 1er janvier 2013 soit 12100 €de plus à inclure dans son budget.

PRÊT À TAUX ZÉRO

La réforme du Prêt à taux zéro entre en vigueur ce 1er janvier. Contrairement à ce qu'avaient laissé espérer certaines informations, il ne concerne finalement que les logements neufs.
Objectif affiché du nouveau PTZ+ : renforcer l'accession à la propriété des ménages les plus modestes, qui pourront, selon un communiqué du ministère du Logement, « bénéficier d'un différé de remboursement de 100% ». « Les foyers qui se trouvent dans la tranche la plus basse des revenus, explique ainsi Libération le 30 décembre, pourront ne commencer à rembourser leur prêt qu'après une durée de 14 ans. Ce délai est de 5 ans pour les ménages situés dans la tranche juste au-dessus. » Pour mémoire, les plafonds de ressources varient selon la composition du foyer et la zone géographique. Enfin, pour être éligibles au nouveau PTZ+, les logements devront respecter une condition de performance énergétique.

PHILIPPE SCHAFER
PRÉSIDENT
DE LA CHAMBRE FNAIM
ANTILLES-GUYANE
220 Immeuble sardine
Marina Pointe du bout
97223 Les Trois Ilets
FNAIM.RegionAG@gmail.com

TRANSPORT PUBLIC ROUTIER ET MARITIME

TPRM

IMPORT - EXPORT

Envoi Express de vos colis entre les deux îles

24h de dépôt à dépôt

Qualité de prestation

Tarif sur mesure

Frêt personnalisé + groupage

Délai d'acheminement et de livraison en 48h

6, Imp. Jacquard
Z.I. de Jarry
97122 Baie-Mahault

Tél. : 0590 411 287
Fax : 0590 411 286

contact@tprm-transports.com

CP-848-RY

LA NOUVELLE AURIS

AURIS 2… PLUS AURIS QU'AVANT !

L'arrivée annoncée de belles concurrentes, en l'occurrence la Golf 7, a suscité bien des inquiétudes dans le camp nippon. La réponse se devait d'être sans appel au pays du soleil levant. L'Auris 2, nouveau cheval de bataille de la marque, est-elle donc une offensive réussie ? Côte de popularité en cours. Conducteurs Guadeloupéens, Martiniquais et Guyanais à vous de juger !
Jusque là pas toujours sexy, bien que toujours solides, les automobiles de la marque Toyota semblent avoir radicalement changé de couturiers en jouant désormais la carte du design plus raffiné. Être les plus solides et les plus fiables a toujours été la directive prioritaire du cahier des charges des constructeurs nippons. L'AURIS première génération n'a pas échappé à cette règle. Question incontournable aujourd'hui : comment se hisser en tête du hit parade de la plus belle voiture de sa catégorie ? L'Auris 2 est probablement la réponse pour conducteurs exigeants, à la recherche du beau, dans toute sa définition.

La couleur est annoncée, l'Auris 2 est tout simplement belle. On se laisse d'entrée séduire par des phares qui traduisent un regard affirmé et franchement expressif. Les lignes sont acérées. Bref, une belle prestance, c'est indéniable. La nouvelle Auris est une alliance subtile entre caractère et élégance. Cette Toyota est plus audacieuse que jamais. C'est la nouvelle signature dynamique de la marque. Il faut rappeler qu'elle avait déjà fait sensation lors de sa présentation officielle au Mondial de Paris en 2012. Nul doute que, sous nos tropiques, les alizés se plairont à caresser ses lignes. Conducteurs antillais, vous voilà donc embarqués dans le nouvel univers exclusif d'une Auris 2 qui en dit long sur ses nouvelles prétentions.

LA NOUVELLE AURIS

AURIS 2… PLUS ACCUEILLANTE !

Ses arguments justement, ils sont à l'extérieur… Et comme à son habitude, à l'intérieur ! Cockpit haut de gamme, soigné, accueillant, pratique, high tech. L'originalité vient d'une homogénéité plus accentuée. C'est le résultat d'un travail de refonte du design de la planche de bord. Conséquence : beaucoup plus d'espace et de confort. Et n'occultons pas ses atouts en terme de comportement routier, nettement amélioré grâce à un gain de poids de 50 kg.

En résumé, cette Auris 2 est une métamorphose réussie, entièrement redessinée. L'ère Aurismania ne fait que commencer. Elle reflète ainsi la volonté de Toyota de proposer des voitures plus attrayantes, tout en bénéficiant de sa solide réputation de qualité, de longévité et de fiabilité.

Eric Pommier

Toyota est le premier constructeur mondial de voitures du segment C, avec plus de 39 millions d'unités vendues dans plus de 140 pays depuis le lancement de la Corolla en 1966.

Toyota est aussi le premier constructeur mondial de voitures Full Hybrid, avec plus de 4,3 millions d'unités vendues depuis le lancement de la première Prius en 1997.
L'Auris Hybride de première génération s'est déjà vendue à plus de 60 000 exemplaires depuis son lancement en 2010, ce qui en fait la N°2 des ventes d'hybrides en Europe après la Toyota Prius.

Dimensions
- Longueur : 4 275 mm
(+30 mm par rapport à l'Auris actuelle)
- Largeur : 1 760 mm (inchangée)
- Hauteur : 1 460 mm (-55 mm)
- Empattement : 2 600 mm (inchangé)
- Volume du coffre : 360 litres
(toutes versions, hybride comprise)

Aérodynamisme
Cx : à partir de 0,28
(meilleur chiffre de la catégorie)

Essence, Diesel ou Hybride

Nouvelle Toyota **Auris**

TOYOTA

TOUJOURS
MIEUX
TOUJOURS
PLUS LOIN

À PARTIR DE **259€**/MOIS
PENDANT 49 MOIS
APRÈS UN 1ER LOYER DE 4900€ ⟨1⟩

Offre de location avec option d'achat sur 49 mois, valable jusqu'au 31/03/13, pour une Nouvelle Toyota Auris neuve au prix de 19990€ ⟨hors frais d'immatriculation et de mise à la route⟩.
Montant total dû en cas d'acquisition : 23 332,00€.
Option d'achat finale : 6000€. Montants exprimés TTC et hors prestations complémentaires facultatives. ⟨1⟩ ⟨2⟩

Toyota Energy Car

Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

⟨1⟩ Offre non cumulable réservée aux personnes physiques pour toute commande d'une Nouvelle Toyota Auris neuve à usage privé chez le concessionnaire CCIE dans la limite des stocks disponibles pendant la durée de l'opération du 18/02/2013 au 31/03/2013. Le locataire dispose d'un délai de rétractation de 14 jours ⟨ou 3 jours en cas de demande de livraison anticipée du bien⟩ à compter de l'acceptation de son offre de location. Conditions susceptibles d'évoluer selon le barème du bailleur. Vous devez avoir 18 ans et ne pas figurer dans un fichier d'incident de paiement ⟨ni votre conjoint s'il est co-locataire⟩.
⟨2⟩ Le cout mensuel de l'assurance facultative emprunteur dépend de l'âge de l'emprunteur et des garanties souscrites et s'ajoute à chaque mensualité. Pour l'exemple de financement ci-dessus, le montant mensuel maximum est de 50€.
Selon critères d'éligibilité, conditions et exclusions des contrats. Contrats d'assurance collective n° 0251 FICL souscrits et distribués à titre exclusif par SOMAFI, en qualité de mandataire d'assurances. Selon conditions contractuelles. Contrats souscrits dans le cadre d'un financement auprès de Genworth Assurances, nom commercial des succursales françaises de FACL et de FICL – Tour Franklin - TSA 73100 - 92919 Paris La Défense cedex - RCS Nanterre 479 311 979 et 479 428 039. Financial Assurance Company Limited ⟨FACL⟩ et Financial Insurance Company Limited ⟨FICL⟩ sont des sociétés d'assurance vie et dommages immatriculées au Royaume-Uni sous les numéros 4873014 et 1515187.
Sous réserve d'étude et d'acceptation par le bailleur SOMAFI, Société en commandites par actions au capital de 7.269.825€. RCS Fort-de-france 303 160 501. Intermédiaire en assurance immatriculé sous le numéro 07 023 999 ⟨adresse internet du registre d'immatriculation : www.orias.fr⟩. Siège social: ZI les mangles 97232 Le Lamentin. L'intermédiaire CCIE n'a pas de pouvoir décisionnaire quant à l'octroi du crédit. Il travaille à titre non exclusif avec le bailleur SOMAFI.

Nouvelle Toyota AURIS 100 VVT-i 5P DX hors option : 19 990€. Tarif hors peinture métallisée, hors frais d'immatriculation et de mise à la route. Gamme Nouvelle AURIS – conso mixte ⟨l/100 km⟩ 3.8 à 5.5 et émissions de CO2 ⟨g/km⟩ de 87 à 128. Offre valable pour toute commande et livraison d'une Nouvelle Toyota AURIS du 18/02/2013 au 31/03/2013.

CCIE TOYOTA - Z.I LES MANGLES 97232 LE LAMENTIN
TÉL. : 0596 50 75 75 - WWW.CCIE-MARTINIQUE.COM

TOYOTA MARTINIQUE

La fourniture de main d'oeuvre à but non lucratif

PAR MARK BRUNO

En période de crise économique, la mise à disposition de personnel salarié d'une entreprise au profit d'une autre, peut permettre aux salariés, comme à l'entreprise prêteuse, d'éviter des mesures difficiles telles le chômage partiel, voire des licenciements économiques. Cette solution légale, sous réserve qu'elle intervienne dans un but non lucratif, est en pratique peu utilisée.

Le législateur s'était tout d'abord préoccupé d'interdire le prêt de main d'œuvre à but lucratif, et il s'est également penché sur la question de la fourniture à but non lucratif.
Pour qu'un prêt de main d'œuvre soit licite, il faut que le montant de la rémunération versée à l'entreprise prêteuse de main d'œuvre corresponde au salaire et charges sociales et tout au plus aux frais de gestion.

L'opération de prêt de main d'œuvre est très encadrée dans un souci de protection du salarié.

L'article L 8241-2 du code du travail énonce ainsi très précisément les conditions de validité de cette opération, après avoir indiqué que « les opérations de prêt de main d'œuvre à but non lucratif sont autorisées », et que dans ce cas, les articles L.1251-21 à L 1251-24, L2313-3 à L 2313-5 et L5221-4 du code du travail , ainsi que les articles L412-3 à L 412-7 du code de la sécurité sociale sont applicables.

Il résulte en premier lieu de la combinaison de ces articles que pendant la durée de la mise à disposition, l'entreprise utilisatrice est responsable des conditions d'exécution du contrat de travail, concernant notamment la durée du travail, le travail de nuit, les jours fériés, le repos hebdomadaire et des jours fériés, à l'hygiène et à la sécurité au travail.

La mise à disposition nécessite :

• L'accord du salarié, qui ne peut aucunement être sanctionné, faire l'objet d'une mesure discriminatoire, et encore moins être licencié s'il refuse cette mesure.

• L'établissement d'une convention de mise à disposition entre l'entreprise prêteuse et l'entreprise utilisatrice qui doit notamment préciser l'identité et la qualification du salarié, le mode de détermination des salaires, des charges sociales et des frais professionnels qui seront facturés à l'entreprise utilisatrice.

• Une fois obtenu l'accord du salarié, un avenant au contrat de travail signé du salarié précisant le travail confié dans l'entreprise utilisatrice, les horaires et le lieu d'exécution du travail, ainsi que les caractéristiques particulières du poste de travail doit être établi.

Il convient de noter que le prêt de main d'œuvre peut être soumis à une période probatoire à laquelle il peut être mis fin à la demande de l'une ou l'autre des parties, avant la fin de la période probatoire ce qui, sauf faute grave du salarié, ne peut constituer un motif de sanction ou de licenciement.

Pendant la durée du prêt, le contrat de travail avec l'entreprise prêteuse n'est ni rompu ni suspendu, et le salarié conserve le bénéfice de l'ensemble des dispositions conventionnelles dont il aurait bénéficié s'il avait exécuté son travail dans l'entreprise prêteuse.
À l'issue de sa mise à disposition, le salarié retrouve son poste de travail ou un poste équivalent et ce sans que son évolution de carrière ou de rémunération ne soit affectée par la période de prêt.

Dispositif servant les intérêts des deux parties, le prêt de main d'œuvre non lucratif doit être sécurisé afin de subir avec succès l'éventuel feu du Conseil de Prud'hommes.

Découvrez l'iPad mini chez Digilife.

L'iPad mini offre un superbe écran de 7,9 pouces,
des performances rapides et fluides, une caméra
FaceTime HD et un appareil photo iSight,
une connectivité sans fil ultra-rapide
et jusqu'à 10 heures d'autonomie[1].
Et plus de 275 000 apps faites pour iPad
fonctionnent également avec l'iPad mini[2].
L'iPad mini est donc plus petit. Mais pas moins grand.

Prix métropole sur les modèles 16 Go WiFi

[1]L'autonomie de la batterie varie en fonction de la configuration et de l'utilisation. Voir www.apple.com/fr/batteries pour plus d'informations.
[2]Le décompte d'apps fait référence au nombre total d'apps disponibles à l'échelle mondiale. TM et © 2012 Apple Inc. Tous droits réservés.

Rendez-vous chez Digilife.
Votre expert Apple.

digilife

Premium Reseller

www.digilife.fr | Tél. 0596 50 96 76 | Digilife Martinique - Immeuble Luc Elisabeth - Z.I. La Jambette - 97232 Le Lamentin

Offres d'emploi ADECCO

Offres intérim :

1 mécanicien auto (avec expérience en casse auto)
Conducteur Nacelle
Electricien habilité H0 B0 BV BR
Chaudronnier soudeur
Monteur échafaudage habilité
Peintres industriels

Offres CDD / CDI :

Notre Consultante recherche actuellement :

- Un(e) Chargé d'affaires (h/f) spécialisé Structures métalliques, Tuyauterie industrielles
Niv BAC+2 à BAC+5 en Construction Industrielle de préférence,
Expérience souhaitée à un poste similaire 2 ans minimum

- Un(e) Dessinateur projeteur tuyauterie industrielle (h/f)
Niv BAC +2 en conception industrielle
Expérience à un poste similaire réussie

- Un(e) Chef mécanicien naval (h/f)
Expérience souhaitée en mécanique navale
Aptitudes managériales

- Un(e) Responsable logistique (h/f)
Niv BAC+2 Transport et logistique
Expérience souhaitée à un poste équivalent
Aptitudes managériales

- Un(e) Commercial Terrain BtoB (h/f)
Niv BAC à BAC+2 spécialisé en commerce / vente
Expérience exigée à un poste similaire

- Un(e) Tourneur / Fraiseur (h/f)
Niv BEP à BAC+2 spécialisé mécanique, électromécanique
1ère expérience souhaitée à un poste similaire

- Un(e) Responsable de Travaux TCE (h/f)
Diplôme d'Ingénieur
Expérience 5 à 10 ans à un poste similaire
Anglais bilingue

Vous pensez correspondre à notre recherche ?
Merci de faire suivre votre Candidature par mail à recrutement972@adecco.fr en précisant la référence de l'annonce en objet.

Pour recevoir le magazine Madinmag par courrier chez vous, abonnez-vous sur le site www.madinmag.fr

Adecco
better work, better life*
Adecco Martinique
Zac Rivière Roche
0596 60 64 69
Votre solution CDD – CDI – Interim
Adecco BTP – Industrie
Secrétariat – Bureautique – Finances
* Mieux travailler, mieux vivre
www.adeccodfa.fr

ewi présentent

XL Airways France · CANAL+ · TRACE · AFFLELOU · orange

ELECTROPICAL FESTIVAL

Martizik

S.E.7

AVRIL 2013

CLUB MED LES BOUCANIERS
SAINTE-ANNE - MARTINIQUE

BREAKBOT LIVE - MC JANIK - DJ OIL
TODDLA T FEAT MC SEROCEE
MISS DYNAMITE - KWAXICOLOR
MANARE - DEENICE - DJ WEEDIM
RISE UP SOUND - VA K BAND - DAD CREW
EWI CREW - SOUS LE GROUND - JOYCE
CAM NEWELL FEAT YO ONE SUTTER - JOYCE - STRAIGHT UP SOUND - BARRY PERRYMAN...

MARTIZIK.COM

Programme sous réserve de modification © 2013 Produit'Z Production - newpotion.com

Comité Martiniquais du Tourisme · Région Martinique · sacem · Moët & Chandon · Les Plages Électroniques · O.D.E Office De l'Eau Martinique · Sève · Evea Antilles Propreté · Martinique Recyclage · Monplaisir Groupe · Jumbo Car · Nissan · MJA Martinique Automobiles · nouvelles iles.com · Reef · TSUGI le shop culturel · snatch · Buzz · France-Antilles · Trace Urban · Trace FM

CHRONIQUE DE A.

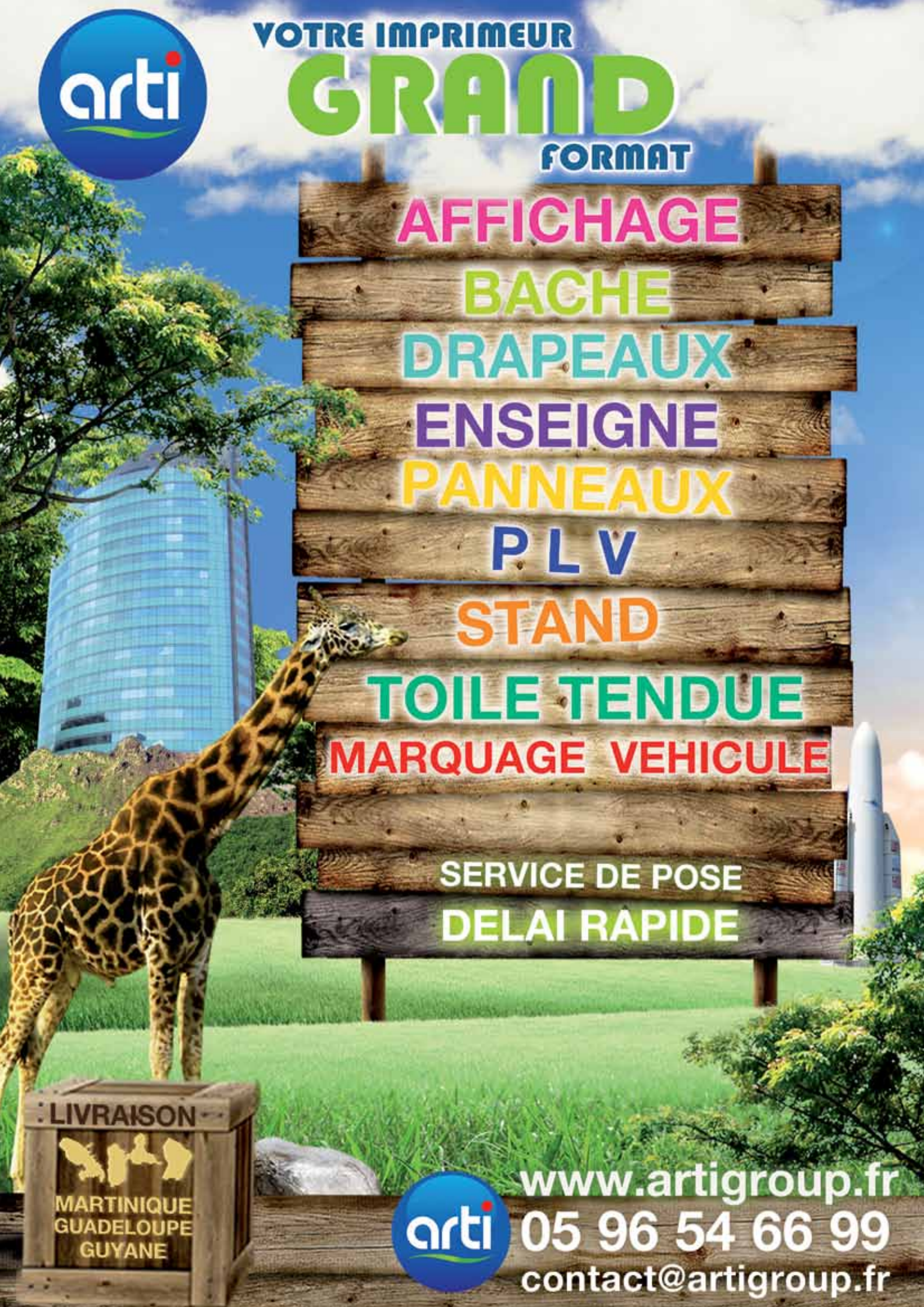
Les mangeurs de vent

Alors comme ça, vous n'avez pas encore expérimenté le jeûne ? En ces temps de Carême, c'est pourtant l'occasion où jamais de vous mettre à l'épreuve. Impossible ? Pas si l'on en croit les multiples témoignages de tous les adeptes convaincus par les bienfaits du jeûne. Il y a d'abord eu les stars qui ont vanté les mérites de cet ascétisme extrême. Et depuis quelques années, on voit fleurir les stages ouverts à tous. Enfin, à tous ceux capables de signer un chèque à quatre chiffres pour… ne rien manger ! Et ils en redemandent du « rien » ! Après une semaine de diète totale, ils auraient rajeuni de vingt ans, perdu des kilos, retrouvé leur énergie, fait baisser leur diabète ou leur hypertension. Et tout cela sans avoir faim. Selon les spécialistes du jeûne, les réserves de notre corps sont telles, dans nos sociétés trop nourries, que l'on serait capable de tenir trente jours sans ingurgiter de nourriture solide. Bon, là, permettez-moi d'en douter. Mais admettons. Admettons qu'en n'avalant que de l'eau et éventuellement un peu de bouillon pendant au moins une semaine, la vie des mangeurs de vent aurait changé. Rien que de l'écrire, mon estomac gargouille.

Mais mon cerveau s'interroge. Si c'était vrai ? Si les préceptes communs à presque toutes les religions imposant cette période régulière de jeûne étaient basés sur une réalité médicale ? Désormais, on parle d'ailleurs de jeûne thérapeutique, même si tous les médecins sont loin d'être aussi enthousiastes.

Dans nos contrées où l'on meurt de manger trop salé, trop sucré, trop gras, trop tout court, faut-il se résoudre à se priver de nourriture au moins une fois par an pour aller mieux ? Imaginez un restaurant où l'on prendrait place à une table tendue d'une belle nappe blanche, où le serveur très sélect vous apporterait une carte sur laquelle ne figureraient que… des eaux minérales et une variété de bouillon maigre. Pour l'instant, on n'y est pas. Mais certains établissements de l'hexagone se sont déjà spécialisés dans la rupture du jeûne des musulmans. Pour une addition plus lourde que ce que l'on a dans l'assiette, on y mange selon les préceptes religieux sans porc, ni alcool dans des endroits branchés qui attirent une clientèle de trentenaires urbains. Le jeûne ne serait donc pas mauvais pour le corps et plutôt bon pour les affaires.

Mais alors que se vident les estomacs et les portefeuilles de ces avaleurs d'air, que deviennent leur tête ? Les pratiquants du jeûne affirment qu'elle va mieux. Pourtant, cette absence de contenu des assiettes résonne étrangement avec l'absence de contenu de bien des discours. Les tables semblent s'affadir au même rythme que les idées qu'on nous ressasse à longueur d'émissions. La parole ne doit pas plus contenir d'impuretés que les seuls verres d'eau autorisés aux jeûneurs. On retire tout ce qui pourrait forcer le cerveau à réfléchir comme on nettoie le système digestif. Vous trouvez que je fais du mauvais esprit ? Allez, vous avez raison. Je vais me servir une pleine assiette de dombrés-queue cochon. Cela devrait me remettre les idées en place.


arti
VOTRE IMPRIMEUR
GRAND
FORMAT
AFFICHAGE
BACHE
DRAPEAUX
ENSEIGNE
PANNEAUX
P L V
STAND
TOILE TENDUE
MARQUAGE VEHICULE
SERVICE DE POSE
DELAI RAPIDE
LIVRAISON
MARTINIQUE
GUADELOUPE
GUYANE
arti
www.artigroup.fr
05 96 54 66 99
contact@artigroup.fr

Caribbean Line Soreidom

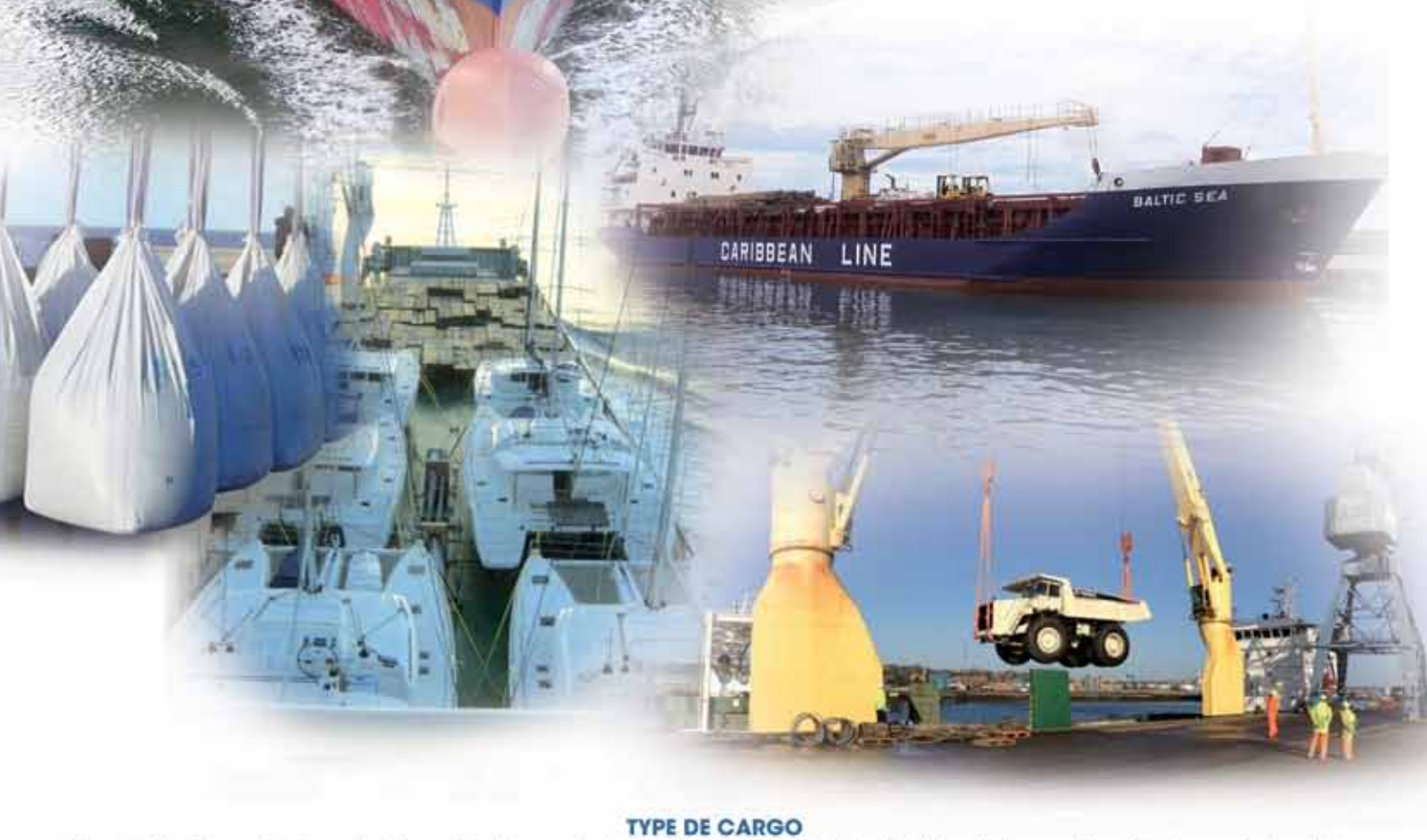
TRANSPORT MARITIME DANS LA CARAÏBE

CARIBBEAN LINE
TRANSATLANTIQUE

ANVERS > IPSWICH > LA PALLICE > SAINT-MARTIN
TRINIDAD > GUYANA > SURINAME
GUYANE FRANCAISE > RETOUR EUROPE

CARIBBEAN LINE
INTRA-CARAIBES

HAITI > REPUBLIQUE DOMINICAINE > SAINT-MARTIN
GUADELOUPE > DOMINIQUE > MARTINIQUE
SAINTE-LUCIE > BARBADE > TRINIDAD > GUYANA
SURINAME > GUYANE FRANÇAISE



TYPE DE CARGO

Break Bulk • Vrac • Big Bag • Palettes • Containers • Equipement lourd • Matériel de chantier • Bateaux • Bus • Camions • Automobiles

SOREIDOM TRANSATLANTIQUE EUROPE-ANTILLES

Caribbean Line Soreidom

soreidom&caribbeanline

Guadeloupe
3296 Imm.Crozatier - Bd de Houelbourg Jarry - 97122 Baie-Mahault
Tél : 0590 414 150 • Cell : 0690 353 365 • Fax : 0590 414 143

www.soreidom.com

Paris
3 rue Chauveau Lagarde - 75008 Paris
Tel : 01 40 98 03 81 • Fax : 01 72 92 90 48

@soreidom

Martinique
Bat 3 - Parc d'Activités du Robert - 97231 Le Robert
Tél : 0596 380 559 • Fax : 01 72 92 90 48

caribbeanline@soreidom.com